



**VNiVERSiDAD
D SALAMANCA**

CAMPUS DE EXCELENCIA INTERNACIONAL

Narraciones para reducir el prejuicio

Efectos de la similitud en la identificación y actitudes hacia la inmigración

Trabajo Fin de Máster

Autor: Iñigo Guerrero Martín

Tutor: Juan José Igartua Perosanz

Máster en Investigación en Comunicación Audiovisual

Curso: 2015/2016

ÍNDICE

1.	INTRODUCCIÓN	3
1.1.	<i>Justificación objeto de estudio</i>	4
2.	FUNDAMENTOS TEÓRICOS	6
2.1.	<i>Prejuicio</i>	6
2.2.	<i>Estrategias Psico-Sociales de Reducción del Prejuicio</i>	7
2.2.1.	<i>Teoría de la Identidad Social</i>	7
2.2.2.	<i>Teoría del Contacto</i>	7
2.2.2.1.	<i>Teoría del Contacto Extendido</i>	8
2.2.2.2.	<i>Teoría del Contacto Imaginado</i>	8
2.2.2.3.	<i>Teoría del Contacto Parasocial</i>	9
2.3.	<i>Persuasión Narrativa</i>	10
3.	DELIMITACIÓN DEL OBJETO DE INVESTIGACIÓN	14
3.1.	<i>Objetivos</i>	15
3.2.	<i>Formulación de hipótesis</i>	15
4.	METODOLOGÍA	16
4.1.	<i>Participantes</i>	16
4.2.	<i>Diseño</i>	16
4.3.	<i>Instrumentos y variables</i>	17
4.4.	<i>Estrategia analítica</i>	21
5.	RESULTADOS	23
5.1.	<i>Equivalencia de los grupos experimentales</i>	23
5.2.	<i>Chequeo de la manipulación experimental</i>	24
5.3.	<i>H1: Efecto de la Similitud en la Identificación con el personaje protagonista</i>	25
5.4.	<i>H2: Efecto de la Similitud en las Opiniones hacia la inmigración, las Actitudes hacia la inmigración y la Intención de conducta</i>	26
5.5.	<i>H3: Análisis mediacional</i>	27
6.	CONCLUSIONES Y DISCUSIÓN	35

7.	REFERENCIAS	39
8.	ANEXOS	44

1. INTRODUCCIÓN

La presente investigación se vincula con un tema de rigurosa actualidad tanto a nivel político, como social y mediático, y es además uno de los desafíos más importantes de los Gobiernos de la Unión Europea: el prejuicio hacia la inmigración y las técnicas de reducción del mismo. De igual modo, se relaciona con el cambio demográfico y el desarrollo de sociedades más inclusivas y seguras, dos de los grandes retos de la sociedad europea, tal y como recoge el informe “Posición española sobre Horizonte 2020” expedido por el Ministerio de Economía y Competitividad del Gobierno de España (MINECO, 2012).

El asentamiento de población inmigrante ha modificado el mapa demográfico de nuestras sociedades considerablemente, yendo hacia un modelo cada vez más heterogéneo y multicultural. Dicho proceso, ha contribuido a nuestro desarrollo económico, social y cultural, pero el actual contexto de crisis económica es caldo de cultivo para que posturas extremistas y de rechazo hacia la población extranjera tomen fuerza.

A pesar de estar sumido en una grave crisis económica, el continente europeo ha visto como la llegada de solicitantes de asilo se ha incrementado ostensiblemente, en gran medida por la agudización de la guerra en Siria y la situación en Irak, observándose un preocupante crecimiento de la xenofobia entre la población europea.

Alemania por ejemplo, sufre la mayor ola de racismo desde su reunificación, según la investigación realizada por el periódico británico *The Independent* con datos del Parlamento alemán, la concurrencia a movilizaciones de la extrema derecha llegó en 2015 a su punto más alto en una década con 59.345 personas en el año, una cifra que triplica la de 2014 (Mortimer, 2016).

El último Eurobarómetro, una encuesta encargada y coordinada por la Comisión Europea, refleja que la población de seis Estados de la Unión Europea (Hungría, República Checa, Bulgaria, Eslovaquia, Letonia e Italia) se declara en contra de que su país ayude a los refugiados. Además, el rechazo no se ciñe exclusivamente a los inmigrantes procedentes del exterior de la Unión Europea, ya que en República Checa, Grecia, Italia, Chipre y Eslovaquia, incluso la inmigración de los propios ciudadanos comunitarios provoca sentimientos negativos (Comisión Europea, 2016).

En España la situación es igualmente preocupante, en el año 2015 se registraron en nuestro país casi 500 delitos relacionados con el racismo y la xenofobia, un 6,5% más que en

2014, según el “*Informe 2015 sobre incidentes relacionados con los delitos de odio en España*” redactado por el Ministerio del Interior (Ministerio del Interior, 2016).

Así mismo, y según la última encuesta sobre *Actitudes hacia la Inmigración* (estudio nº 3019 de 2014) desarrollada por el CIS (Centro de Investigaciones Sociológicas), el 70,5% de los encuestados piensa que el número de inmigrantes en España es “excesivo” o “elevado” y únicamente el 20,9% que es “aceptable”. Además, gran parte de los encuestados (el 47,2% concretamente) considera que los españoles tratan a los inmigrantes con desconfianza, indiferencia, desprecio o agresividad (CIS, 2014).

En este contexto, es prioritario tratar de evitar el conflicto intergrupal a través de estrategias que reduzcan el prejuicio por parte de la población autóctona hacia los inmigrantes con el objetivo de promover el desarrollo de sociedades más inclusivas y respetuosas con los derechos de este colectivo.

1.1 Justificación objeto de estudio

Tal como recoge la encuesta sobre *Actitudes hacia la Inmigración* del CIS anteriormente citada, de las personas que declaraban haber escuchado comentarios xenófobos, el 51.4% afirmaban haberlo hecho a través de la televisión, un 11.1% por la radio y un 9.5% haberlos leído en prensa o revistas (CIS, 2014).

Los medios de comunicación contribuyen al aumento de la xenofobia a través de la cobertura y el tratamiento informativo de la inmigración, al ofrecer a los espectadores una imagen distorsionada acerca del problema migratorio (Igartua y Cheng, 2009). A su vez, también los programas de ficción, a través de la invisibilidad u ofreciendo una visión distorsionada (estereotípica) de la inmigración, contribuyen a la formación, refuerzo e interiorización de actitudes prejuiciosas hacia los inmigrantes (Igartua, Piñeiro, Ramos, 2012).

Sin embargo, esos mismos medios de comunicación difusores de estereotipos, también pueden utilizarse de manera estratégica para reducir el prejuicio, bien a través de campañas de corte publicitario o a través de experiencias ancladas en la educación para la paz y en la aproximación educación-entretenimiento (Igartua, 2011).

En este sentido, son numerosas las investigaciones que han constatado la efectividad de la exposición a narraciones escritas, largometrajes o series de televisión para reducir el estigma hacia grupos discriminados, tanto desde la perspectiva teórica de la persuasión

narrativa (Eno y Ewoldsen, 2010; Chung y Slater, 2013; Müller, 2009), como del contacto mediático intergrupar (Ortiz y Harwood, 2007; Park, 2012; Schiappa, Gregg y Hewes, 2005).

El presente Trabajo de Fin de Máster pretende testar la viabilidad de las narraciones escritas como técnica para reducir el prejuicio y mejorar las actitudes intergrupales. La elección de narraciones escritas en lugar de audiovisuales responde a una cuestión meramente metodológica, resulta más sencillo manipular un texto escrito que uno audiovisual.

Este tipo de narraciones son continuamente utilizadas por la prensa, un ejemplo de ello es la noticia sobre el testimonio de un inmigrante incluida en la versión online de *El País* el pasado día 6 de junio de 2016 (ver Anexo 5). En ella, se recogía el testimonio de Abdou, un inmigrante de origen senegalés que relataba su experiencia migratoria, acompañada de una fotografía del propio inmigrante (al igual que en la narración del presente estudio).

Así mismo, este estudio toma como referencia la investigación sobre persuasión narrativa y las estrategias psico-sociales sobre el efecto del contacto (Crisp y Turner, 2009; Pettigrew y Tropp, 2006; Wright et al., 1997). En este sentido, son muchas los estudios (Cohen 2006, Müller 2009, Igartua y Barrios, 2012) que han demostrado la importancia de la identificación con los personajes como uno de los aspectos más importantes en los procesos de persuasión narrativa, demostrando que cuanto mayor es la identificación con el protagonista de la narración mayor es el impacto actitudinal de la misma. No obstante, el estudio de los factores que pueden incrementar esa identificación es aún escaso. Este trabajo se centra precisamente en esa área de investigación, el estudio de aquellos factores que pueden incrementar esa identificación e, indirectamente (a través de mecanismos mediadores) influir en la reducción del prejuicio hacia los inmigrantes.

2. FUNDAMENTOS TEÓRICOS

2.1 Prejuicio

Allport (1954), definió el prejuicio como “Una actitud hostil hacia una persona que pertenece a un grupo, simplemente porque pertenece a ese grupo, suponiéndose, por lo tanto, que posee las cualidades objetables atribuidas al grupo”. En este sentido, fue el primero que pasó de un enfoque centrado en variables individuales a uno basado en variables grupales, pero el prejuicio ejercido en la sociedad ha ido evolucionando y dando lugar a nuevos términos.

Actualmente, se observa una disminución del prejuicio abierto y manifiesto, es decir, del racismo “a la antigua usanza” o el “racismo biológico” (Cea D’Ancona y Valles, 2011). Sin embargo, han surgido nuevas formas para expresar el prejuicio, denominados: racismo moderno (McConahay, Hardee y Batts, 1981), racismo aversivo (Gaertner y Dovidio, 1986) o prejuicio sutil (Pettigrew y Meertens, 1995).

Estos diferentes tipos de racismo tienen una serie de rasgos principales que los diferencian entre sí. Los racistas modernos, por ejemplo, ven el racismo como algo incorrecto y no se consideran racistas, pero creen que las demandas de las minorías raciales son excesivas, que sus peticiones son injustas y que reciben demasiados recursos.

Por su parte, los racistas aversivos creen en los principios de la igualdad racial pero experimentan una inconsciente aversión hacia las minorías étnicas que se refleja en sentimientos de incomodidad o inseguridad hacia dicho colectivo.

En cuanto al prejuicio sutil, se caracteriza por la ausencia de sentimientos positivos hacia el exogrupo y se basa en tres dimensiones; la defensa de los valores tradicionales y la acusación al inmigrante de no adaptarse a los valores de la sociedad que lo acoge; la exageración de las diferencias culturales; y una menor manifestación de sentimientos positivos hacia el inmigrante (Frias-Navarro, Monterde y Peris, 2009).

Asimismo, Gaertner y Dovidio (1986) creen que las nuevas expresiones del prejuicio se resumen en incomodidad, inseguridad, disgusto y una menor manifestación de sentimientos positivos, hacia los miembros de los exogrupos (Pettigrew y Meertens, 1995).

2.2 Estrategias Psico-Sociales de Reducción del Prejuicio

Existen diferentes estrategias psico-sociales diseñadas para la reducción del prejuicio hacia grupos minoritarios. Las más importantes en este contexto son: la Teoría de la Identidad Social formulada por Tajfel (1982); la Teoría del Contacto formulada por G. W. Allport en 1954, de la que posteriormente surgieron la Teoría del Contacto Extendido (Wright, Aron, McLaughlin-Volpe y Ropp, 1997), la Teoría del Contacto Intergrupar Mediático (Schiappa, Gregg y Hewes, 2005) y la Teoría del Contacto Imaginado (Crisp y Turner, 2009; Turner y Crisp, 2010).

2.2.1 Teoría de la Identidad Social

Desde la Teoría de la Identidad Social (Tajfel, 1982), se considera que el prejuicio es un proceso cognitivo de categorización que ayuda a las personas a clasificar su mundo. En otras palabras, que la gente tiende, por un lado, a categorizarse dentro de grupos excluyentes (endogrupo), construyendo su identidad en base a su grupo (“nosotros”) y acentuando las similitudes con los miembros del mismo; y por otro, a excluir a los miembros de otros grupos ajenos al suyo (exogrupo), subrayando las diferencias de éstos (“ellos”).

Así, desde esta perspectiva teórica se postula que las personas pertenecientes a un determinado grupo (endogrupo) manifiestan una tendencia a favorecer a los miembros del mismo grupo (favoritismo endogrupal) y a su vez, una tendencia a discriminar a las personas que formen parte de otro grupo (discriminación exogrupal). Esta teoría ha sido utilizada en el ámbito de la investigación en comunicación social por investigadores como Harwood y Roy (2005) o Trepte (2006), quienes han señalado que la elección de los contenidos televisivos tiene que ver con la satisfacción de determinadas necesidades de identidad social, como por ejemplo, distinguir positivamente el endogrupo del exogrupo.

2.2.2 Teoría del Contacto

La Teoría del Contacto (directo), desarrollada por Allport en 1954, ha demostrado ser la estrategia más eficaz para reducir el prejuicio y se basa en facilitar la interacción o el contacto directo entre miembros del endogrupo y del exogrupo. Esta teoría postula que el contacto directo permitiría contrastar la información de que se dispone con la evidencia que entrega la experiencia, y ello facilitaría la reducción del prejuicio hacia los miembros del exogrupo. En este sentido, se han desarrollado metaanálisis muy minuciosos, como el

desarrollado por Pettigrew y Tropp (2006) en el que se analizaron 515 estudios, que han constatado que existe una correlación negativa entre contacto y prejuicio.

Sin embargo, esta estrategia no reduce el prejuicio por sí sola, si no que para que sea efectiva, deben darse una serie de condiciones: el contacto debe ser frecuente y duradero; el estatus de los miembros del endogrupo y del exogrupo que interactúan debe ser similar; las tareas que forman parte de esa interacción deben ser de orden cooperativo y se debe contar con apoyo institucional (Molero, 2007b).

Cabe destacar, que cuando los puntos de vista o las actitudes de cada grupo con respecto al otro son muy negativas, imposibilitan que el contacto sea próspero. Es decir, que en situaciones donde el prejuicio previo entre los diferentes grupos es alto, el contacto directo no es eficaz. A pesar de ello, diversos estudios han demostrado que el contacto directo reduce la ansiedad intergrupal, fomenta la empatía y ayuda a tomar la perspectiva del “otro” lo que la convierte en una de las estrategias más eficaces para reducir el prejuicio (Pettigrew y Tropp, 2006; 2008).

2.2.2.1 Teoría del Contacto Extendido

Se ha observado que los efectos positivos que se obtienen a través del contacto directo intergrupal, pueden darse aunque el sujeto no tenga contacto directo con un miembro del exogrupo, ni mantenga una relación con él, sino que bastaría con que supiera de esta interacción por medio de un tercero, tal y como demostraron los estudios de Wright, Aron, McLaughlin-Volpe y Ropp (1997). Es decir, que simplemente el hecho de saber que alguien del endogrupo, tiene una buena relación con un miembro de exogrupo, facilitaría la reducción del prejuicio. Esta estrategia recibe el nombre de Teoría del Contacto Extendido (Wright et al., 1997) y en ella, la amistad juega un rol importante, ya que los amigos actúan como extensiones del propio yo y posibilitan que el sujeto se sienta conectado con las personas del exogrupo (Wright, Aron, McLaughlin-Volpe y Ropp, 1997).

2.2.2.2 Teoría del Contacto Imaginado

La Teoría del Contacto Imaginado, formulada por Crisp y Turner (2009), propone que el mero hecho de imaginar un contacto positivo con una persona perteneciente al exogrupo reduciría el prejuicio y ayudaría a producir una visión positiva del exogrupo. Este contacto imaginado puede ser utilizado como una preparación para un posible contacto real o puede ser aplicado en aquellas personas que no tienen oportunidad de establecer un contacto directo con

miembros del exogrupo, bien por no conocer personas ajenas a su grupo o bien por la ansiedad intergrupal que se podría producir al establecerlo (Marcos, 2014).

En los estudios sobre contacto imaginado, se desarrollan diferentes condiciones experimentales en los que se manipula dicha variable independiente: a un grupo se le facilita una serie de instrucciones, induciendo a los participantes a pensar en un encuentro positivo con inmigrantes y al otro grupo se le induce a imaginar otra experiencia que nada tiene que ver con la interacción con inmigrante. Con ello se pretende observar el efecto de la manipulación de dicha variable en las actitudes hacia los inmigrantes (Turner y Crisp, 2010).

2.2.2.3 Teoría del Contacto Parasocial

La Teoría del Contacto Parasocial (Schiappa et al., 2005) postula que los efectos positivos del contacto pueden darse aunque éste no sea real, sino que bastaría con que se produjese en un entorno virtual, como puede ser a través de los medios de comunicación o los formatos narrativos. Algo que resulta muy interesante dado que no siempre los miembros de endogrupo tienen la posibilidad de mantener un contacto directo con miembros del exogrupo y los medios de comunicación representan la única posibilidad de que estas personas se relacionen con grupos étnicos diferentes (Dixon, 2000). Es más, según Schiappa (2005), la imagen percibida en los medios de comunicación de los exogrupos es suficiente para cambiar las creencias de las personas sobre determinados estereotipos. Es decir, que la exposición a representaciones positivas de los miembros del exogrupo tiene la capacidad de cambiar los estereotipos existentes.

Dentro la Teoría del Contacto Parasocial existen diferentes líneas de investigación, una de ellas, es conocida como la hipótesis del Contacto Intergrupal Mediático. Park (2012) define este tipo de contacto como aquella interacción parasocial que se produce entre un espectador que pertenece al endogrupo y un personaje de una narración que forma parte de un exogrupo, o cuando dicha persona observa una interacción positiva entre un personaje del endogrupo y un personaje del exogrupo. Así, desde esta perspectiva teórica, se afirma que exponerse a través de narraciones (escritas o audiovisuales) a ejemplos de relaciones interculturales positivas (entre miembros del endogrupo y el exogrupo) produciría actitudes más positivas hacia los miembros del exogrupo.

En este sentido, Müller (2009) constató que la exposición a una serie de televisión con un mensaje favorable al contacto multicultural, disminuía la ansiedad intergrupal y aumentaba

la identificación con los personajes del exogrupo. Del mismo modo, en la investigación desarrollada por Igartua (2010) se observó que la exposición a una película con un mensaje favorable a la inmigración se asociaba a sentir más emociones positivas y menos emociones negativas hacia los inmigrantes y producía actitudes más positivas hacia dicho colectivo.

2.3 Persuasión narrativa

Una narración es una representación de acontecimientos en los que intervienen personajes y donde la acción está delimitada en un espacio y tiempo concretos, pudiendo contener argumentos implícitos o explícitos sobre el tema que se aborda (Kreuter, Green, Capella et al, 2007). Partiendo de esta definición, podemos observar una gran presencia de diferentes formatos narrativos en los medios de comunicación, como largometrajes, series de televisión o incluso anuncios publicitarios.

El uso de las narraciones de ficción, ya sean escritas o audiovisuales, para inducir de manera incidental cambios en las actitudes y creencias de las personas, se ha convertido en los últimos años en un nuevo paradigma de investigación en el ámbito de la comunicación social denominado persuasión narrativa (Green y Brock, 2000; Igartua, 2007, 2010; Igartua y Barrios, 2012; Moyer-Gusé, 2008; Slater y Rouner, 2002).

La literatura sobre persuasión narrativa basa sus postulados en afirmar que los mensajes persuasivos tradicionales y las narraciones se procesan de forma diferente (Slater y Rouner, 2002). Esto es debido a que se asume que los mensajes persuasivos tradicionales incluyen listados de argumentos que son expuestos de forma explícita y que se basan en fuentes externas que advierten sobre de algún peligro, lo que hace que sean reconocidos claramente por su objetivo educativo-actitudinal y se reduzca su efectividad.

Por el contrario, en las narraciones el intento persuasivo no se presenta de forma explícita sino que es camuflado a través del relato de unos acontecimientos y centrando la acción en unos personajes, de esta forma se evita la resistencia que crean los mensajes persuasivos tradicionales permitiendo que el mensaje cale de forma inconsciente en la audiencia.

En este sentido, existen numerosas investigaciones que ha puesto de manifiesto la capacidad de las narraciones audiovisuales en el cambio de actitudes, analizado empíricamente los procesos implicados y las condiciones en las que cabe esperar un mayor

impacto actitudinal (Chung y Slater, 2013; Igartua, 2010; Igartua y Barrios, 2012; Müller, 2009).

De esta forma, se han desarrollado diferentes modelos con el objetivo de explicar los mecanismos y procesos implicados en la persuasión narrativa, de todos ellos, los más representativos son: el Modelo del Transporte Narrativo (Green y Brock, 2000), el Modelo de Probabilidad de Elaboración Extendido (E-ELM; Slater y Rouner, 2002) y el Modelo de Resistencia a la Persuasión en Entretenimiento (Entertainment Overcoming Resistance Model, EORM; Moyer-Gusé, 2008).

- El *Modelo del Transporte Narrativo* propuesto por Green y Brock (2000), plantea que los contenidos narrativos inducen a estados de inmersión en la narración, también llamado transporte narrativo, lo que se relaciona con un mayor disfrute y constituye un prerequisite para que se produzca la identificación con los personajes del relato. Este transporte narrativo, reduciría la capacidad crítica y de reflexión durante la exposición del relato y esto precisamente sería lo que facilitaría la influencia persuasiva del mismo.
- El *Modelo de Probabilidad de Elaboración Extendido* propuesto por Slater y Rouner (2002), considera que la identificación con los personajes es, en sí mismo, un aspecto narrativo que puede influir en los procesos de reflexión, impidiendo la generación de críticas y contra-argumentos con respecto al contenido implícito del mensaje (Slater, 2002).
- El *Modelo de Resistencia a la Persuasión en Entretenimiento* propuesto por Moyer-Gusé (2008), constituye una síntesis de los dos anteriores y plantea que en la persuasión narrativa intervienen tanto elementos cognitivos (relacionados con una baja percepción del intento persuasivo y por tanto con una reducción de la contra-argumentación) como afectivos (implicación con los personajes y con la narración).

Todos estos modelos coinciden en considerar que uno de los aspectos más relevantes en los procesos de persuasión narrativa es la identificación con los personajes, un mecanismo a través del cual se produce una pérdida temporal de autoconciencia, adoptándose la perspectiva de los personajes protagonistas y produciéndose un estado de inmersión en la narración de tal forma que los espectadores llegan a experimentar los acontecimientos que se relatan como si les estuviesen ocurriendo a ellos mismos (Cohen, 2001).

La identificación con los personajes se ha definido como un concepto multidimensional del que forman parte; la empatía cognitiva (capacidad de entender a los personajes y tomar su perspectiva); la empatía emocional (la capacidad de implicarse de forma afectiva, sentir lo que sienten los personajes y preocuparse por su destino); y la absorción en el relato (pérdida de la autoconciencia y sensación de volverse el personaje), (Cohen, 2001; Igartua y Barrios, 2012).

Estudios como el de Cohen (2006), plantean que la identificación con los personajes ofrece una oportunidad para adoptar los sentimientos y pensamientos del otro, permitiendo que el individuo asuma el punto de vista del personaje protagonista de una narración. En este sentido, existen numerosas investigaciones empíricas (De Graaf, Hoeken, Sanders y Beentjes, 2012; Hoeken y Fikkers, 2014; Müller, 2009; Igartua, 2010; Igartua y Barrios, 2012) que han verificado que la identificación con el protagonista de una narración induce cambios en las creencias y actitudes. Es decir, que cuanto mayor es la identificación con el protagonista de la narración mayor es el impacto actitudinal de la historia.

Así mismo, se ha comprobado que existen factores que pueden propiciar o reducir esta identificación. En este sentido, Igartua (2015) constató que el nivel de prejuicio previo juega un papel moderador en la identificación con los personajes inmigrantes y por tanto en la recepción e impacto de las películas sobre inmigración. Es decir, que un alto nivel de prejuicio previo supone un obstáculo en la identificación con los personajes inmigrantes y por lo tanto un impedimento para que se produzca el cambio de actitudes hacia la inmigración.

Otra investigación que da cuenta de otro problema en cuanto a la reducción del prejuicio hacia la inmigración a través de formatos narrativos es la efectuada por Chung y Slater (2013), en la que se comprobó que un personaje estigmatizado (en este caso una madre drogadicta) provocaba menos identificación cuando dicha adicción era incluida en la narración que cuando era omitida. Lo que pone de relieve lo difícil que puede resultar para los creadores de contenidos audiovisuales provocar identificación con personajes estigmatizados (como pueden ser los inmigrantes en este caso), e indirectamente mejorar las actitudes hacia dicho colectivo (Müller, 2009).

Por otra parte, también se ha constatado que existen factores que pueden aumentar la identificación; como la presencia de rasgos positivos de personalidad en los personajes (Calvert, Murray & Conger, 2004; Tal-Or y Cohen, 2010); determinadas características de la audiencia como la empatía (Calvert, Strouse y Murray, 2006); determinadas características de

los textos como que sean narrados en primera persona (De Graaf et al., 2012; Kaufman y Libby, 2012); o la similitud percibida con el personaje (De Graaf, 2014; Chory-Assad y Cicchirillo, 2005). En este sentido, es conocido que los lectores se identifican en mayor medida con aquellos personajes que les resultan más similares a ellos mismos (Cohen, 2001; Green, 2006); y que las personas que han tenido experiencias personales similares a las del protagonista presentan una mayor inmersión narrativa en la historia, lo que a su vez se relaciona con un mayor impacto actitudinal de la narración (Green, 2004). Así mismo, existe evidencia empírica (Chory-Assad y Cicchirillo, 2005; Eyal y Rubin, 2003) que muestra una fuerte correlación positiva entre la identificación con los personajes y la similitud percibida con éstos.

Cabe señalar que, si bien la investigación es abundante en cuanto al papel mediador de la identificación con los personajes en el cambio de actitudes y creencias, la investigación de los factores que pueden propiciar o reducir dicha identificación es todavía escasa.

3. DELIMITACIÓN DEL OBJETO DE INVESTIGACIÓN

El presente Trabajo Fin de Máster pretende vincular teóricamente dos líneas de investigación, como son la investigación sobre persuasión narrativa y la investigación psico-social sobre los efectos del contacto intergrupal, con el objetivo de comprender los procesos implicados en la persuasión narrativa y aplicar ese conocimiento en la reducción del prejuicio hacia los inmigrantes. Esto resulta de gran importancia tanto a nivel teórico, ya que ahonda en el estudio de los procesos y mecanismos de la persuasión narrativa, como desde el punto de vista de la investigación aplicada, debido a que aumentaría la eficacia de las campañas de concienciación anti-racismo.

El principal objetivo del estudio es profundizar en un área de conocimiento que ha generado escasa investigación por el momento: el estudio de aquellos elementos narrativos que pueden aumentar la identificación con los personajes, y de forma indirecta (a través de mecanismos mediadores) potenciar el impacto actitudinal de la narración.

En este sentido, se ha demostrado que la similitud con el personaje (De Graaf, 2014; Chory-Assad y Cicchirillo, 2005; Green, 2004; Hoeken, 2016), es un factor que puede potenciar la identificación, aunque cabe señalar que hasta la fecha, las investigaciones en esta área se han centrado en el efecto de la similitud percibida y en la similitud demográfica, por lo que este estudio amplía la investigación en este campo.

Así mismo, investigaciones previas sobre los efectos de las narraciones llevan a pensar que la identificación con los personajes puede actuar como variable mediadora del efecto de la similitud en las actitudes y creencias respecto al tema de la narración (Cohen, 2001; De Graaf, Hoeken, Sanders, y Beentjes, 2012).

Por todo ello, se pretende analizar los efectos de la similitud en términos de identidad social en la identificación con el personaje protagonista (e indirectamente en las actitudes) de una narración diseñada con el objetivo de mejorar las actitudes hacia la inmigración. En otras palabras, se pretende comprobar si el hecho de que el protagonista de la narración se presente como un inmigrante que comparte intereses, gustos y sentimientos con la audiencia autóctona (alta similitud), provoca mayor identificación con dicho personaje (y de forma indirecta un cambio de actitudes hacia el colectivo inmigrante) que si el personaje inmigrante presenta unos gustos, intereses y sentimientos diferentes a los de la audiencia autóctona y más relacionados con su nación de origen (baja similitud).

3.1 Objetivos

1.- Contrastar como la exposición a diferentes narraciones (con dos versiones que difieren entre sí en la similitud del protagonista en términos de identidad social con la audiencia autóctona: alta similitud vs. baja similitud) induce diferencias significativas en la identificación con el personaje protagonista.

2.- Contrastar como la exposición a diferentes narraciones (con dos versiones que difieren entre sí en la similitud del protagonista en términos de identidad social con la audiencia autóctona: alta similitud vs. baja similitud) influye en las opiniones hacia la inmigración, las actitudes hacia la inmigración y la intención de conducta (intención de interacción con un inmigrante marroquí).

3.- Analizar el papel de la identificación con el personaje protagonista como variable mediadora del efecto de la similitud en términos de identidad social sobre las opiniones hacia la inmigración, las actitudes hacia la inmigración y la intención de conducta (intención de interacción con un inmigrante marroquí). En otras palabras, contrastar si la similitud con el personaje puede aumentar la identificación, y de forma indirecta mejorar los efectos narrativos.

3.2 Formulación de hipótesis

De acuerdo con lo expuesto anteriormente, se plantean las siguientes hipótesis:

H1.- La versión de la narración diseñada para provocar una alta similitud en términos de identidad social entre el protagonista y la audiencia autóctona inducirá una mayor identificación con el personaje protagonista que la versión de la narración diseñada para provocar una baja similitud.

H2.- La versión de la narración diseñada para provocar una alta similitud en términos de identidad social entre el protagonista y la audiencia autóctona provocará mejores opiniones hacia la inmigración, mejores actitudes hacia la inmigración y mayor intención de interacción con un inmigrante marroquí que la versión de la narración diseñada para provocar una baja similitud.

H3.- La identificación con el personaje protagonista actuará como variable mediadora del efecto de la similitud en términos de identidad social en las opiniones hacia la inmigración, las actitudes hacia la inmigración y la intención de conducta de aproximación.

4. METODOLOGÍA

4.1 Participantes

La muestra de la presente investigación está formada por un total de 90 individuos ($N = 90$) que participaron de forma voluntaria en el estudio. Todos los integrantes de la muestra son estudiantes de la Universidad de Salamanca y fueron asignados de forma aleatoria a cada una de las dos condiciones experimentales. En cuanto a las características de la muestra, participaron 51 mujeres (56.6%) y 39 hombres (43.3%), de nacionalidad española y con edades comprendidas entre los 18 y los 34 años ($M = 21,47$; $DT = 2,9$).

4.2 Diseño

El presente estudio es una investigación de naturaleza experimental en el que los sujetos fueron asignados aleatoriamente a cada grupo experimental, con un diseño de dos grupos con sólo medida post-test y en la que se manipuló una única variable independiente: la similitud en términos de identidad social.

Para que los participantes no vislumbraran el verdadero sentido de la investigación e impedir cualquier tipo de sesgo en sus respuestas, el experimento se presentó como un estudio sobre cómo reacciona el público ante la información sobre asuntos sociales (ver Anexo 1), en el que habrían de leer una narración en primera persona y contestar a una serie de preguntas según sus propios criterios y de la forma más honesta posible.

Para manipular la similitud (variable independiente) se construyó una narración en primera persona cuyo objetivo era la reducción del prejuicio hacia los inmigrantes. La elección de la voz narrativa se tomó teniendo en cuenta investigaciones previas de De Graaf et al. (2012), Kaufman y Libby (2012) y Nan et al. (2015), asumiéndose que la narración en primera persona aumentará la identificación con el protagonista de la historia e, indirectamente, el impacto actitudinal.

En dicha narración, un inmigrante relata su experiencia en España, aludiendo a su proceso migratorio y las dificultades experimentadas, pero también mencionando cómo se desarrolla su vida en España y cómo se siente ante las reacciones de rechazo por parte de la población autóctona. El inmigrante (Saïd) se presenta como marroquí, la elección de esta nacionalidad se hizo teniendo en cuenta la última encuesta sobre Actitudes hacia la Inmigración desarrollada por el CIS, en la que se observa que los inmigrantes de origen marroquí son, junto con los de origen rumano, los que generan menos simpatía entre los

españoles (CIS, 2014). El texto de la narración estaba acompañado de una foto del personaje inmigrante. Inmediatamente después de leer la narración, se aplicaba un cuestionario (ver Anexo 4) con medidas post-test compuesto por escalas de auto-informe o auto-aplicadas. El procedimiento total (narración y post-test) duraba alrededor de 15 minutos por participante.

En la narración se manipuló la similitud con el personaje en términos de identidad social, con alteraciones en el texto y en la foto del inmigrante. De esta forma se crearon dos condiciones experimentales (alta y baja similitud con el inmigrante), dando lugar a dos grupos de tratamiento:

- Grupo de tratamiento 1 (N = 45): los participantes asignados a esta condición experimental fueron expuestos a la versión de la narración escrita diseñada para estimular una alta similitud, en ella el personaje inmigrante relata su experiencia en España indicando que tiene un pequeño negocio en el que trabajan 3 empleados (todos españoles); que la mayoría de sus amigos son españoles; que su comida favorita es un plato típico de España; que se siente español y que le gustaría que sus hijos se criasen en España. Además, en la foto que acompaña la narración, el personaje aparece en su habitación con una bandera de España colgada de una de sus paredes (ver Anexo 2)
- Grupo de tratamiento 2 (N = 45): los participantes asignados a esta condición experimental fueron expuestos a la versión de la narración escrita diseñada para estimular una baja similitud, en ella el personaje inmigrante relata su experiencia en España indicando que tiene un pequeño negocio en el que trabajan 3 empleados (todos marroquíes); que la mayoría de sus amigos son marroquíes; que su comida favorita es un plato típico de Marruecos; que se siente marroquí y que le gustaría que sus hijos se criasen en Marruecos. Además, en la foto que acompaña la narración el personaje aparece en su habitación con una bandera de Marruecos colgada de una de sus paredes (ver Anexo 3).

4.3 Instrumentos y variables

El objetivo del experimento es conocer el impacto que ejerce cada una de las narraciones en las variables dependientes, éstas son: opiniones generales hacia la inmigración, actitud hacia la inmigración e intención de conducta (deseo de interactuar con un inmigrante marroquí en el futuro).

- a) Opiniones generales sobre la inmigración. Para medir las opiniones de los participantes con respecto a la inmigración se creó una escala *ad hoc* teniendo en cuenta los argumentos expresados en la narración, así se les preguntó: *¿En qué medida estás a favor o en contra de la inmigración?; ¿En qué medida estás a favor o en contra de que el Gobierno español financie campañas de información sobre los inmigrantes (por ejemplo, contra el racismo)?; y ¿En qué medida estás a favor o en contra de que el Gobierno fortalezca las leyes para impedir la explotación de los inmigrantes en los lugares de trabajo en España?* El instrumento de medida utilizado fue una escala tipo Likert en la que se pide a los participantes que indiquen en qué medida (desde 1 = “estoy totalmente en contra”, hasta 7 = “estoy totalmente a favor”). Un análisis factorial de componentes principales extrajo un único factor que explicaba el 62.14% de la varianza. La fiabilidad de la escala se evaluó a través del coeficiente Alpha de Cronbach ($\alpha = .69$).
- b) Actitud hacia la inmigración. Para medir la actitud hacia la inmigración se utilizó el siguiente ítem: *“Como sabes, todos los países desarrollados reciben inmigrantes. ¿Crees que, en términos generales, la inmigración es más bien positiva o más bien negativa para España?”*. Siguiendo el ejemplo de estudios previos (Igartua, 2010) se permitió a los participantes graduar su respuesta, utilizando para ello una escala de 11 puntos, desde 0 = “muy negativa”, hasta 10 = “muy positiva”.
- c) Intención de interacción con inmigrantes marroquíes. Para medir esta variable dependiente se construyó una escala a partir de la desarrollada por Husnu y Crisp (2010), de esta forma se preguntó a los participantes: *¿En qué medida estarías interesado en entablar una conversación con dicha persona?; ¿En qué medida consideras que es importante para ti aprender más acerca de los inmigrantes marroquíes y sobre los problemas a los que se enfrentan?; y ¿En qué medida estarías interesado en participar en un grupo de discusión que incluyera inmigrantes marroquíes y donde la conversación se centrara en los temas del prejuicio y la discriminación?*, desde 1 = “nada interesado”, hasta 7 = “muy interesado”. Un análisis factorial de componentes principales extrajo un único factor que explicaba el 61.71% de la varianza. La fiabilidad de la escala se evaluó a través del coeficiente Alpha de Cronbach ($\alpha = .68$).

Por otra parte, en el cuestionario se recoge otra variable dependiente que se prevé, también actué como variable mediadora del efecto de la similitud en términos de identidad social: la identificación con el protagonista.

Identificación con el protagonista. Se evaluó con una escala formada por 11 ítems, cuya fiabilidad y validez estructural ha sido contrastada en un estudio previo (Igartua y Barrios, 2012). El instrumento está diseñado para medir de manera retrospectiva la identificación con un personaje concreto, recogiendo información sobre tres dimensiones latentes: empatía cognitiva (por ejemplo, “*Me he sentido preocupado/a por lo que le sucedía a Saïd*”, “*He intentado imaginar los sentimientos, pensamientos y reacciones de Saïd*”), empatía emocional (“*Me he sentido implicado/a afectivamente con los sentimientos de Saïd*”, “*He entendido los sentimientos o emociones de Saïd*”) y la sensación de volverse el personaje o *merging* (“*Me he sentido como si yo fuera Saïd*”, “*Me he identificado con Saïd*”). El instrumento de medida es una escala tipo Likert en la que se pide a los participantes que indiquen en qué medida (desde 1 = “nada”, hasta 5 = “mucho”). La fiabilidad de la escala se evaluó a través del coeficiente Alpha de Cronbach ($\alpha = .87$).

Para evaluar la eficacia de la manipulación experimental (similitud en términos de identidad social) en el cuestionario se incluyó la variable similitud percibida:

Similitud percibida con el inmigrante. Se preguntó a los participantes:

¿En qué medida consideras que tú tienes algunas cosas en común con Saïd? y *¿Cuánto crees que te pareces a Saïd?* El instrumento de medida consiste en una escala Likert en la que se solicita a los participantes que indiquen en qué medida (desde 0 = “nada”, hasta 10 = “mucho”). Un análisis factorial de componentes principales extrajo un único factor que explicaba el 88.89% de la varianza. La fiabilidad de la escala se evaluó a través del coeficiente Alpha de Cronbach ($\alpha = .87$).

Para comprobar la equivalencia de los estímulos experimentales se incluyeron las variables: realismo percibido, emociones sentidas (con dos dimensiones: emociones positivas y emociones negativas), transporte narrativo (con dos dimensiones: enganche narrativo y lectura “distraída”), nivel de contacto con inmigrantes marroquíes y variables socio-demográficas (sexo, edad y auto-posicionamiento político):

- a) Realismo percibido. Se evaluó con una escala creada *ad hoc* con ítems como “*En la historia que acabo de leer se mostraban situaciones que podrían suceder en la vida real*”. El instrumento de medida consiste en una escala Likert en la que se solicita a los participantes que indiquen en qué medida (desde 1 = “totalmente en desacuerdo”, hasta 7 = “totalmente de acuerdo”). Un análisis factorial de componentes principales extrajo un único factor que explicaba el 71.55% de la varianza. La fiabilidad de la escala se evaluó a través del coeficiente Alpha de Cronbach ($\alpha = .86$).
- b) Emociones sentidas durante la lectura de la narración. Tomando como referencia instrumentos previos (por ejemplo, la escala de emociones positivas y negativas de Fredrickson, adaptada al español por Páez, Bobowik, Carrera y Bosco, 2012) se creó una escala de emociones compuesta por seis ítems, cada uno de ellos remitiendo a un estado emocional (ira, miedo, entusiasmo, esperanza, tristeza y felicidad). Se buscaba evaluar la intensidad de la vivencia de dichas emociones con una escala tipo Likert (desde 1 = “nada” hasta 7 = “mucho”). Un análisis factorial de componentes principales extrajo dos factores que explicaban el 62.58% de la varianza. El primer factor hacía referencia a las emociones positivas ($\alpha = .54$) experimentadas por los participantes mientras leían la narración (ítems 3, 4 y 5); y el segundo factor hacía referencia a las emociones negativas ($\alpha = .80$) sentidas al leer la narración (ítems 1, 2 y 6). En consecuencia, se crearon dos indicadores compuestos por la suma de los ítems que conformaban cada uno de los factores. Así mismo, se creó una variable de balanza emocional: resta de las emociones negativas menos las emociones positivas.
- c) Transporte narrativo. Se evaluó tomando como referencia las escalas desarrolladas por Green y Brock (2000) y Wojcieszak and Kim (2015). Dicha escala está compuesta por 8 ítems que miden el grado de inmersión, absorción o enganche con la narración (“*Me sentí muy involucrado o implicado con la narración*”, “*La narración me ha afectado emocionalmente*”, “*Sentí malestar al pensar en la situación de personas como el protagonista del relato*”), a través de una escala tipo Likert (desde 1 = “totalmente en desacuerdo”, hasta 7 = “totalmente de acuerdo”). Un análisis factorial de componentes principales extrajo dos factores que explicaban el 63.38% de la varianza. El primer factor hacía referencia al *Engagement* ($\alpha = .84$), el enganche narrativo sentido por los participantes al leer la narración (ítems 1, 2, 3, 4 y 8); y el segundo factor hacía referencia a la lectura “distráida” ($\alpha = .72$), la distracción sentida al leer la narración (ítems 5, 6 y 7). En consecuencia, se crearon dos indicadores compuestos por la suma de los ítems que conformaban cada uno de los factores.

- d) Nivel de contacto con inmigrantes. Se preguntó a cada participante *¿Cuánto contacto tienes en tu vida cotidiana con inmigrantes procedentes de Marruecos?* desde 1 = “ningún contacto”, hasta 5 = “mucho contacto”.
- e) Sexo y edad.
- f) Auto-posicionamiento político. Se preguntó: *“Cuando se habla de política se utilizan normalmente las expresiones “izquierda” y “derecha”. Teniendo en cuenta la siguiente escala, ¿Qué número representaría mejor tu posición política?”*, desde 1 = “izquierda”, hasta 10 = “derecha”.

Así mismo, las variables socio-demográficas (sexo, edad y auto-posicionamiento político), también fueron tratadas como variables de control estadístico, ya que se esperaba que influyeran en las variables dependientes, por lo que fue preciso efectuar un control estadístico sobre las mismas y así determinar el peso específico de la Identificación con el protagonista como variable mediadora (al margen de otros factores relevantes), que es el foco del trabajo.

Los datos fueron analizados utilizando el software IBM SPSS Statistics 22 a fin de contrastar las hipótesis planteadas. Para realizar el análisis mediacional, se utilizó la macro PROCESS para SPSS desarrollada por Hayes (2013).

4.4 Estrategia analítica

Para comprobar la equivalencia de los grupos experimentales (alta y baja similitud con el inmigrante), se utilizaron dos pruebas estadísticas:

- 1) La prueba *t* para muestras independientes (*t* de Student), una prueba estadística que permite comparar las puntuaciones medias de cada grupo experimental en las variables socio-demográficas (edad y auto-posicionamiento político) y el nivel de contacto con inmigrantes marroquíes, así como en los procesos de recepción: transporte narrativo (enganche narrativo y lectura “distraída”), realismo percibido, emociones sentidas durante la lectura de la narración (emociones positivas y emociones negativas) e índice de balanza emocional (emociones negativas – emociones positivas).
- 2) La prueba Chi-cuadrado para verificar la equivalencia de los grupos experimentales respecto al sexo debido a que la escala de estos valores era nominal.

Para chequear la manipulación de la variable independiente (similitud en términos de identidad social), se utilizó el análisis de la covarianza (ANCOVA), con el objetivo de evaluar el efecto de la Similitud en Términos de Identidad Social sobre la Similitud Percibida con el inmigrante, controlando el efecto predicho por las covariables: sexo, edad, auto-posicionamiento político y nivel de contacto con inmigrantes marroquíes.

Así mismo, se utilizó un análisis de la covarianza (ANCOVA) para comprobar el efecto de la Similitud en Términos de Identidad Social sobre la Identificación con el protagonista, controlando el efecto de las covariables: sexo, edad, auto-posicionamiento político y nivel de contacto con inmigrantes marroquíes.

Por otra parte, a través de una regresión lineal múltiple, se analizó el efecto de la variable independiente (Similitud en Términos de Identidad Social) y las covariables (sexo, edad, auto-posicionamiento político y nivel de contacto con inmigrantes marroquíes) sobre las variables dependientes (opiniones sobre la inmigración, la actitud hacia la inmigración y la intención de conducta).

Finalmente, para medir el efecto indirecto de la variable independiente (similitud en términos de identidad social) sobre las variables dependientes (opiniones sobre la inmigración, la actitud hacia la inmigración y la intención de conducta), se realizó un análisis mediacional a través de la macro PROCESS para SPSS, ideada por Hayes (2013).

5. RESULTADOS

5.1 *Equivalencia de los grupos experimentales*

En primer lugar, y antes de abordar las pruebas de contraste de hipótesis, se comprobó la equivalencia de los grupos experimentales. Para verificar la equivalencia de los grupos experimentales respecto a la edad, el auto-posicionamiento político, el contacto con inmigrantes marroquíes, el enganche narrativo, la lectura “distráida”, el realismo percibido, las emociones negativas y las emociones positivas sentidas durante la lectura de la narración y el índice de balance emocional (emociones negativas – emociones positivas) se realizó la prueba *t* de Student para muestras independientes (Tabla 1). Así mismo, se realizó la prueba Chi-cuadrado para verificar la equivalencia de los grupos experimentales respecto al sexo.

Tabla 1. Prueba *t* de Student
Equivalencia de los grupos experimentales

	Similitud con el protagonista		<i>t</i>	<i>gl</i>	<i>p</i>
	Baja	Alta			
• Edad	21.20 (2.59)	21.73 (3.20)	-0.86	88	.388
• Auto-posicionamiento político (0 = izquierda, 10 = derecha)	3.16 (2.47)	4.51 (2.71)	-2.47	88	.015
• Contacto con inmigrantes marroquíes (1 = ninguno, 5 = mucho)	2.47 (1.27)	2.33 (1.10)	0.53	88	.597
• Enganche narrativo (1 = nada, 7 = mucho)	4.31 (1.22)	4.75 (1.07)	-1.31	88	.192
• Lectura “distráida” (1 = nada, 7 = mucho)	1.75 (0.75)	1.62 (0.90)	0.72	87	.473
• Realismo percibido (1 = nada, 7 = mucho)	5.79 (1.04)	5.72 (1.23)	0.30	88	.765
• Emociones positivas (1 = nada, 7 = mucho)	2.97 (1.39)	3.56 (1.36)	-2.01	88	.047
• Emociones negativas (1 = nada, 7 = mucho)	3.71 (1.17)	3.78 (1.20)	-0.26	87	.796
• Índice de balance emocional (emociones negativas – emociones positivas)	.74 (1.71)	.22 (1.74)	1.41	87	.674
<i>N</i>	45	45			

No existían diferencias significativas en función del sexo (χ^2 (1, *N* = 90) = 0.18, *p* = .670)

Fuente: Elaboración propia

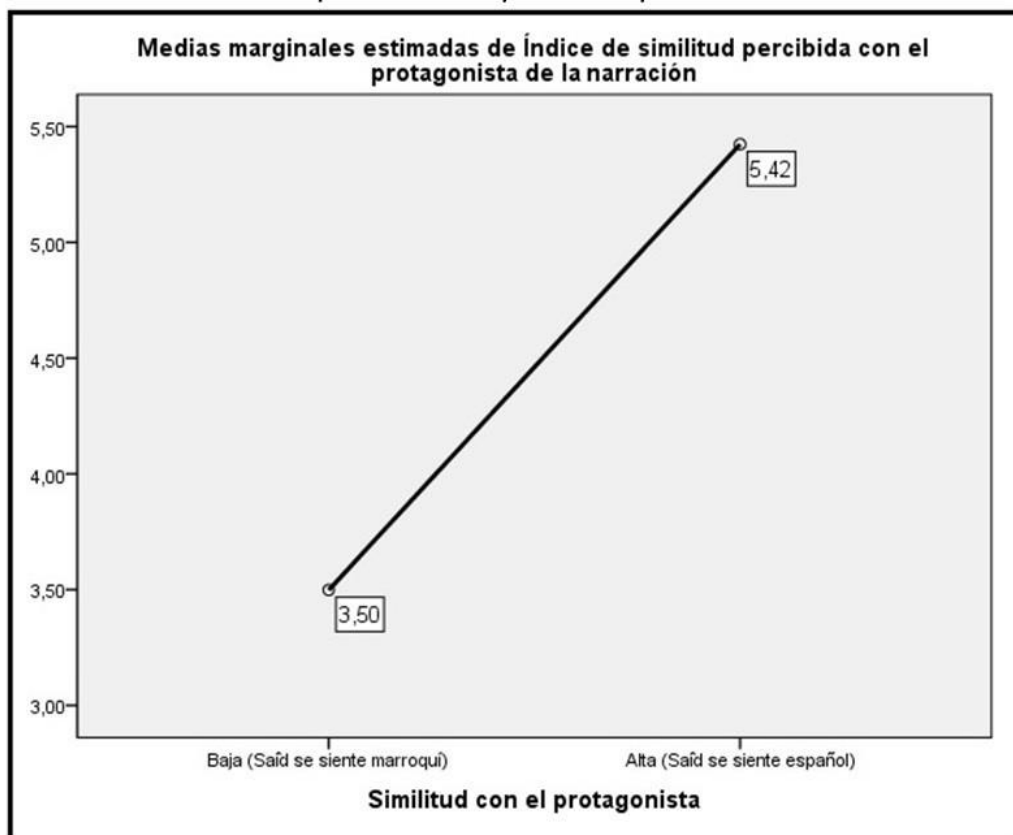
Los resultados obtenidos muestran que no existían diferencias significativas en cuanto a la edad, el sexo, el nivel de contacto con inmigrantes, el enganche narrativo, la lectura “distráida”, el realismo percibido, las emociones negativas sentidas durante la lectura de la narración y el índice de balance emocional. Sin embargo, sí que se observaron diferencias estadísticamente significativas entre los grupos experimentales respecto al auto-

posicionamiento político y las emociones positivas sentidas durante la lectura de la narración (Tabla 1). En este sentido, y a pesar de que los participantes fueron asignados de forma aleatoria a cada grupo experimental, en la condición de baja similitud, se apreció que las puntuaciones medias de los participantes con respecto al auto-posicionamiento político se inclinaban más hacia la izquierda que los participantes en la condición de alta similitud, y que esa diferencia fue estadísticamente significativa (cabe indicar que el auto-posicionamiento político se incluirá en los análisis como co-variable). Así mismo, se observó que los participantes en la condición de alta similitud, sintieron más emociones positivas durante la lectura de la narración que los participantes en la condición de baja similitud, siendo esas diferencias estadísticamente significativas (Tabla 1).

5.2 Chequeo de la manipulación experimental

Para chequear la eficacia de la manipulación experimental se realizó un análisis de covarianza en el que se incluyeron como covariables: el sexo, la edad, el auto-posicionamiento político y el nivel de contacto con inmigrantes marroquíes (Gráfico 1).

Gráfico 1. Análisis de Covarianza
Chequeo de la manipulación experimental



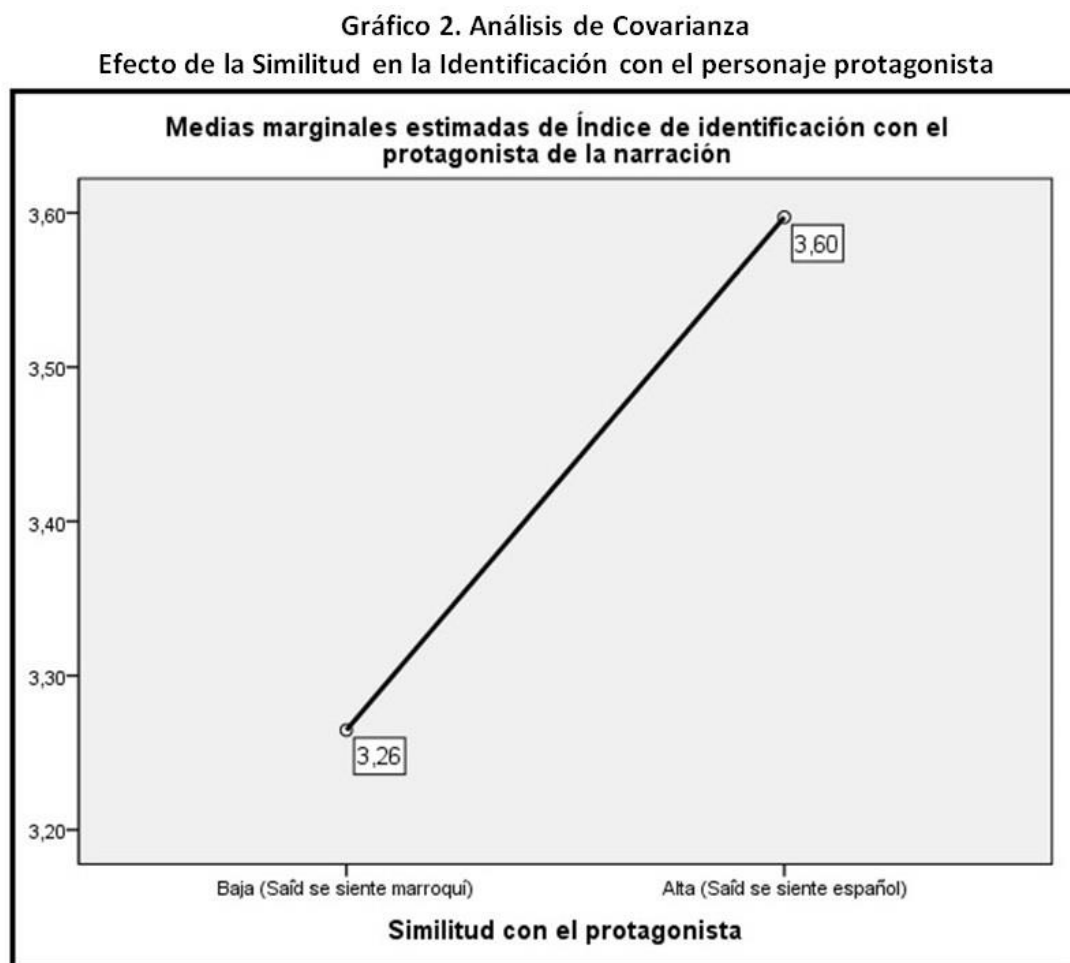
Covariables: Sexo, edad, auto-posicionamiento político y nivel de contacto con inmigrantes marroquíes.

Fuente: IBM SPSS Statistics

En dicho análisis, se constató que los participantes en la condición de baja similitud, se percibían menos similares al personaje protagonista que los participantes en la condición de alta similitud, siendo estas diferencias estadísticamente significativas ($F(1, 84) = 13.54, p < .001$). En virtud de los datos obtenidos, se puede concluir que la manipulación de la variable independiente fue eficaz.

5.3 H1: Efecto de la Similitud en la Identificación con el personaje protagonista

Respecto a la Hipótesis 1, se esperaba que la versión de la narración que inducía una alta similitud en términos de identidad social del protagonista con la audiencia autóctona provocara mayor identificación con el personaje protagonista que la versión de la narración diseñada para provocar una baja similitud. Para contrastar esta hipótesis se efectuó un análisis de covarianza (ANCOVA) en el que se incluyeron como covariables: el sexo, la edad, el auto-posicionamiento político y el nivel de contacto con inmigrantes marroquíes, (Gráfico 2).



Covariables: Sexo, edad, auto-posicionamiento político y nivel de contacto con inmigrantes marroquíes.

Fuente: IBM SPSS Statistics

En este sentido, se constató que los participantes en la condición de alta similitud se identificaron más con el personaje protagonista de la narración ($M = 3.60$), que los participantes en la condición de baja similitud ($M = 3.26$), y que esas diferencias en las puntuaciones medias eran estadísticamente significativas ($F(1, 80) = 6.88, p < .001, \eta_p^2 = .079$). En consecuencia, la Hipótesis 1 queda confirmada.

5.4 H2: Efecto de la Similitud en las Opiniones hacia la inmigración, las Actitudes hacia la inmigración y la Intención de conducta

En lo referente a las hipótesis 2, se esperaba que la versión de la narración que inducía una alta similitud en términos de identidad social del protagonista con la audiencia autóctona provocara mejores opiniones hacia la inmigración, mejores actitudes hacia la inmigración y mayor intención de interacción con un inmigrante marroquí que la versión de la narración diseñada para provocar una baja similitud.

En este sentido, a través de tres análisis de regresión lineal múltiple, uno por cada variable dependiente (Tabla 2), se observó que la variable independiente (similitud) no se asociaba estadísticamente ni con la actitud hacia la inmigración ($\beta = .189, p = .064$), ni con las opiniones hacia la inmigración ($\beta = .128, p = .208$), ni con la intención de conducta ($\beta = .035, p = .712$).

Tabla 2. Efecto de la similitud en las variables dependientes
(Controlando el efecto de las variables sexo, edad, auto-posicionamiento político y
contacto con inmigrantes marroquíes)

<i>Variables dependientes</i>	Actitud hacia la inmigración		Opiniones hacia la inmigración		Intención de interacción	
<i>Factores predictores</i>	<i>Beta</i>	<i>p</i>	<i>Beta</i>	<i>p</i>	<i>Beta</i>	<i>p</i>
• Similitud (VI)	.189	.064	.128	.208	.035	.712
• Sexo	.011	.913	-.008	.939	.130	.168
• Edad	-.155	.121	-.157	.116	-.348	.000
• Auto-posicionamiento político	-.351	.001	-.341	.001	-.246	.012
• Contacto con inmigrantes	.192	.055	.223	.026	.253	.008
F (gl)	4.33 (5, 84)		4.39 (5, 84)		6.88 (5, 84)	
p	.001		.001		.000	
R [R ² corregida]	.20 [.15]		.20 [.16]		.29 [.24]	

Fuente: Elaboración propia

Por su parte, se observó: a) que la edad de los participantes se asociaba negativamente y de forma estadísticamente significativa con la intención de conducta ($\beta = -.348, p = .000$), es decir, que cuanto menor era la edad de los participantes, mayor era la intención de contacto

con un inmigrante marroquí; b) que el auto-posicionamiento se asociaba negativamente y de forma estadísticamente significativa con la actitud hacia la inmigración ($\beta = -.351, p = .001$), con las opiniones hacia la inmigración ($\beta = -.341, p = .001$) y con la intención de conducta ($\beta = -.246, p = .012$), en otras palabras, que las personas de izquierda mostraban una actitud más positiva hacia la inmigración, opiniones favorables hacia la inmigración y mayor intención de conducta con un inmigrante marroquí; y c) que el nivel de contacto con inmigrantes marroquíes se asociaba positivamente y de forma estadísticamente significativa con las opiniones favorables hacia la inmigración ($\beta = .223, p = .026$) y con la Intención de conducta ($\beta = .253, p = .008$), es decir, que los participantes que tenían mayor contacto con inmigrantes marroquíes tenían opiniones favorables hacia la inmigración y mayor intención de conducta con un inmigrante marroquí. Por tanto, la Hipótesis 2 no se confirma.

5.5 H3: Análisis mediacional

En cuanto a la Hipótesis 3, se esperaba encontrar un efecto indirecto estadísticamente significativo de la variable independiente (similitud en términos de identidad social) en las variables dependientes (actitudes hacia la inmigración, opiniones hacia la inmigración e intención de conducta), a través de la identificación con el personaje que actuaría como variable mediadora.

Para calcular este efecto indirecto se utilizó el “modelo de mediación simple” (modelo 4) que fue contrastado con la macro PROCESS para SPSS desarrollada por Hayes (2013), una sofisticada técnica de análisis estadístico que permite estimar los efectos indirectos en este tipo de modelos mediacionales (Hayes, 2009).

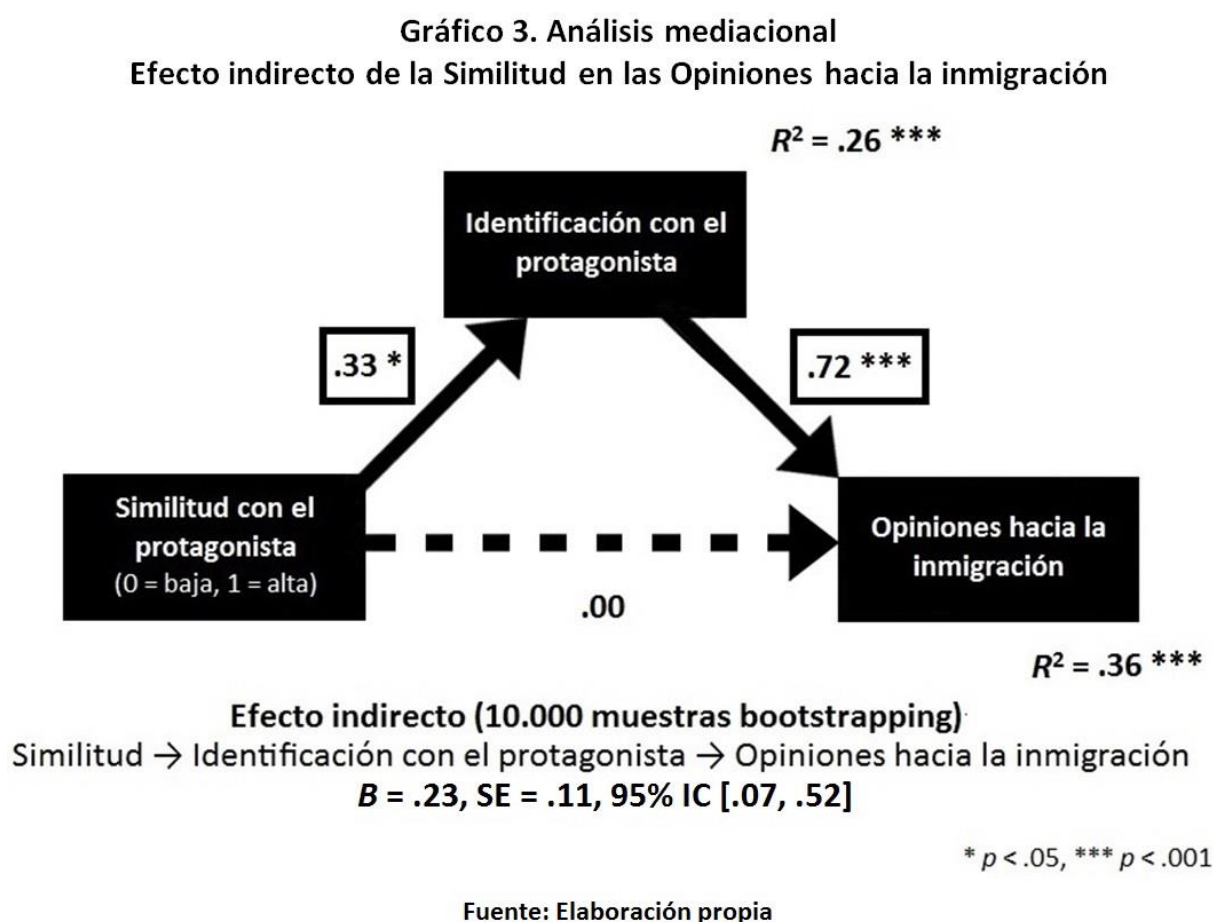
Este método, genera series de muestras simuladas a partir de una muestra original y utilizando un remuestreo conocido como bootstrapping, lo que permite calcular el error típico. En este estudio, para calcular los efectos indirectos se utilizó el modelo 4 y se generaron intervalos de confianza (bias-corrected bootstrap) utilizando 10.000 muestras bootstrapping,

Para que el efecto indirecto sea estadísticamente significativo, es necesario que el intervalo de confianza fijado (IC al 95%) no incluya el valor 0. Si por el contrario, dicho intervalo contiene el valor 0, significaría que no es posible rechazar la hipótesis nula y que por lo tanto, las variables estudiadas no están asociadas (Hayes, 2013).

En el análisis mediacional realizado se incluyeron las variables sexo, edad, auto-posicionamiento político y contacto con inmigrantes marroquíes como variables de control.

Con dicho análisis se pretende comprobar en qué medida la identificación con el personaje ejerce un rol mediador en la relación entre la similitud y las variables dependientes (actitudes y opiniones hacia la inmigración e intención de conducta).

A través de esta técnica estadística, y tal como se había hipotetizado, se pudo observar que la identificación con el personaje protagonista mediaba en la relación entre la variable independiente (similitud en términos de identidad social) y las variables dependientes (actitudes hacia la inmigración, opiniones hacia la inmigración e intención de conducta). Además, estos efectos indirectos fueron estadísticamente significativos en todos los casos (Gráficos 3, 4 y 5).



En este sentido, el primer análisis mediacional reveló que la identificación con el personaje protagonista mediaba en la relación entre la similitud (en términos de identidad social) y las opiniones hacia la inmigración (Gráfico 3). Además, el efecto indirecto (calculado utilizando 10.000 muestras *bootstrapping*) resultó estadísticamente significativo ($B_{\text{efecto indirecto}} = .23, SE = .10, 95\% CI [.06, .49]$).

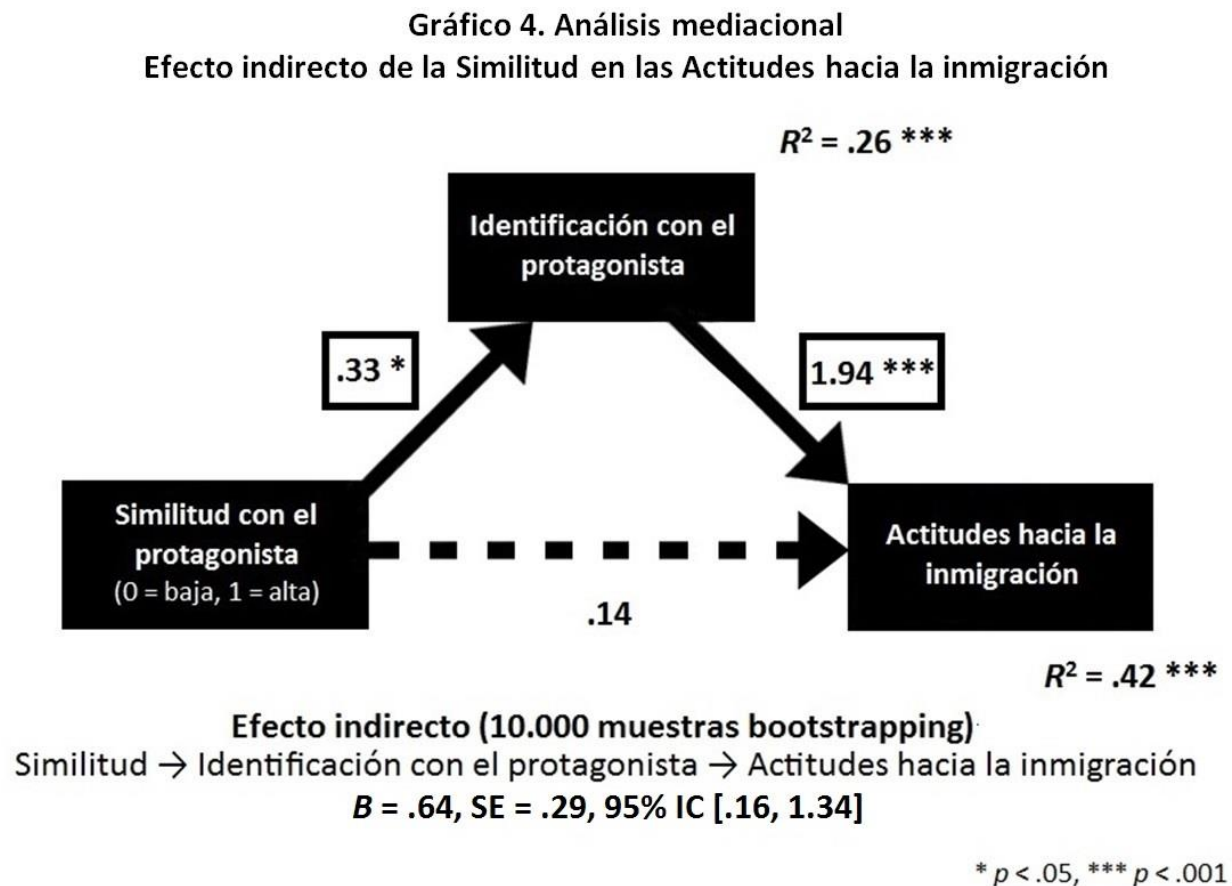
De este modo, se observó que la similitud con el protagonista se asociaba a una mayor identificación con el mismo ($B = 0.33, p < .010$) lo que, a su vez, se asociaba a una opinión más favorable hacia la inmigración ($B = 0.72, p < .001$). La Tabla 3, muestra además, el efecto de las variables control.

Tabla 3. Resultados del análisis de mediación simple
La identificación con el personaje protagonista como variable mediadora del efecto de la Similitud en las Opiniones hacia la inmigración
(PROCESS, modelo 4, Hayes, 2013)

Modelo Variable Mediadora = Identificación con el protagonista				
	B	SE	t	p
Constante	4.58	.52	8.68	.000
Similitud	.33	.12	2.62	.010
Sexo	-.00	.12	-.04	.967
Edad	-.06	.02	-2.86	.005
Auto-posicionamiento político	-.07	.02	-2.99	.003
Contacto con inmigrantes marroquíes	.12	.05	2.35	.021
Modelo Variable Dependiente = Opiniones hacia la inmigración				
	B	SE	t	p
Constante	3.51	1.10	3.19	.002
Identificación con el personaje	.72	.16	4.30	.000
Similitud	.00	.19	.00	.999
Sexo	-.05	.18	-.27	.783
Edad	.00	.03	.26	.792
Auto-posicionamiento político	-.09	.03	-2.44	.016
Contacto con inmigrantes marroquíes	.11	.08	1.39	.165
Efecto Total				
	B	SE	t	p
Constante	6.81	.87	7.81	.000
Similitud	.23	.20	1.14	.255
Sexo	-.05	.20	-.26	.789
Edad	-.03	.03	-.99	.322
Auto-posicionamiento político	-.14	.04	-3.63	.000
Contacto con inmigrantes marroquíes	.19	.08	2.33	.022
Efecto Indirecto				
	B	SE	Boot 95% CI	
Similitud → Identificación → Opiniones	.23	.11	[.07, .52]	

Fuente: Elaboración propia

De igual forma, a través de otro análisis mediacional, se pudo observar que la identificación con el personaje protagonista mediaba en la relación entre la similitud y las actitudes hacia la inmigración, (Gráfico 4). El efecto indirecto resultó estadísticamente significativo ($B_{\text{efecto indirecto}} = .64$, $SE = .29$, 95% CI [.15, 1.32]).



Fuente: Elaboración propia

En este sentido, se observó que la similitud con el protagonista se asociaba a una mayor identificación con el mismo ($B = 0.33$, $p < .010$) lo que, a su vez, se asociaba a una actitud más favorable hacia la inmigración ($B = 1.94$, $p < .001$). La Tabla 4, muestra además, el efecto de las variables control.

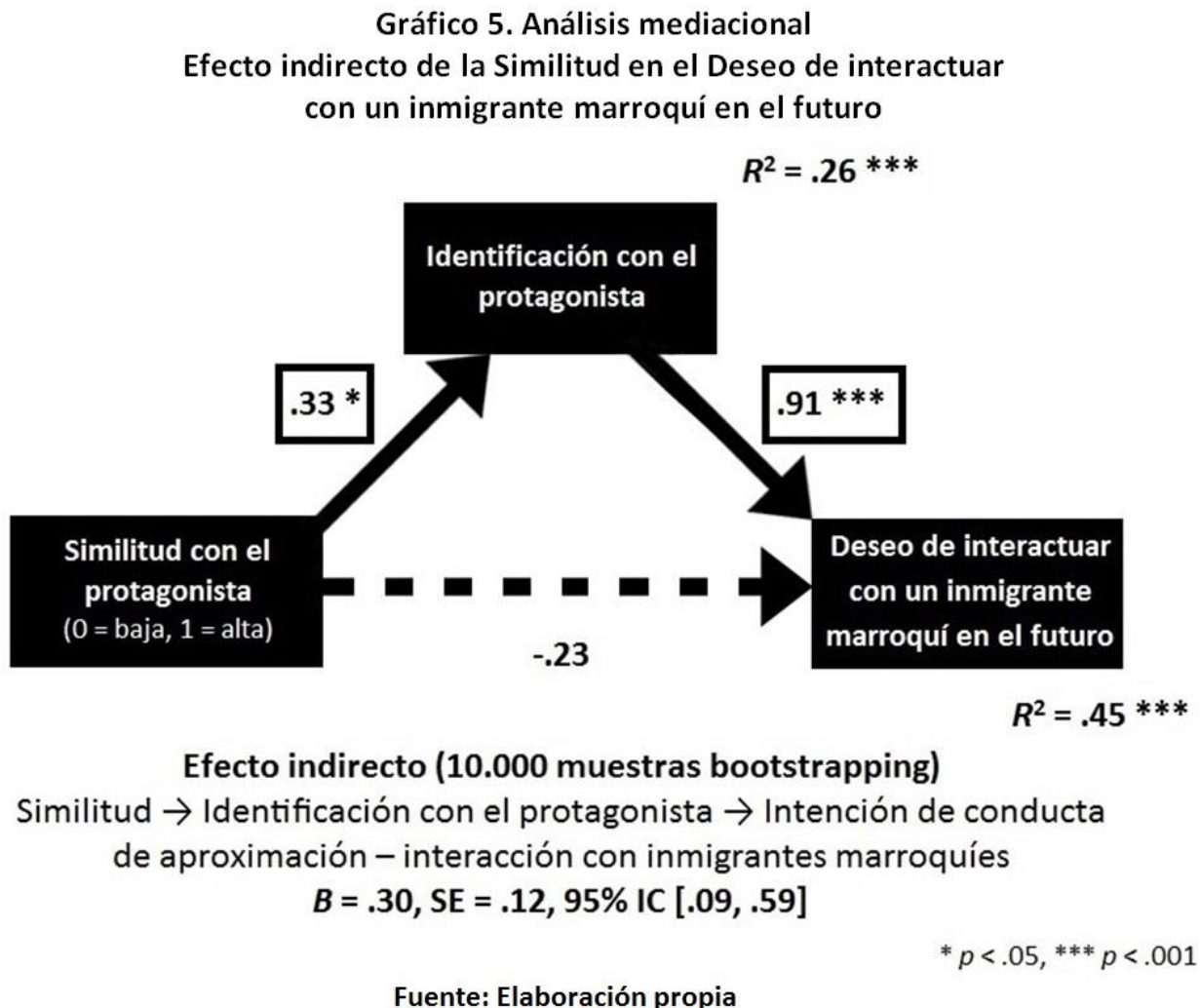
Tabla 4. Resultados del análisis de mediación simple
La identificación con el personaje protagonista como variable mediadora del efecto
de la Similitud en las Actitudes hacia la inmigración
(PROCESS, modelo 4, Hayes, 2013)

Modelo Variable Mediadora = Identificación con el protagonista				
	B	SE	t	p
Constante	4.58	.52	8.68	.000
Similitud	.33	.12	2.62	.010
Sexo	-.00	.12	-.04	.967
Edad	-.06	.02	-2.86	.005
Auto-posicionamiento político	-.07	.02	-2.99	.003
Contacto con inmigrantes marroquíes	.12	.05	2.35	.021
Modelo Variable Dependiente = Actitudes hacia la inmigración				
	B	SE	t	p
Constante	.26	2.34	.11	.908
Identificación con el personaje	1.94	.35	5.43	.000
Similitud	.14	.42	.34	.734
Sexo	-.03	.40	-.08	.930
Edad	.00	.07	.10	.917
Auto-posicionamiento político	-.17	.08	-2.14	.034
Contacto con inmigrantes marroquíes	.13	.17	.81	.415
Efecto Total				
	B	SE	t	p
Constante	9.16	1.96	4.66	.000
Similitud	.78	.47	1.67	.098
Sexo	-.04	.46	-.09	.922
Edad	-.11	.08	-1.39	.165
Auto-posicionamiento político	-.31	.09	-3.50	.000
Contacto con inmigrantes marroquíes	.37	.19	1.95	.054
Efecto Indirecto				
	B	SE	Boot 95% CI	
Similitud → Identificación → Actitudes	.64	.29	[.16, 1.34]	

Fuente: Elaboración propia

El último análisis mediacional reveló que la identificación con el personaje protagonista mediaba en la relación entre la similitud y la intención de conducta (deseo de interactuar con un inmigrante marroquí en el futuro), (Gráfico 5).

Como en los casos anteriores, el efecto indirecto (calculado utilizando 10.000 muestras *bootstrapping*) resultó estadísticamente significativo ($B_{\text{efecto indirecto}} = .30$, $SE = .12$, 95% CI [.09, .59]).



De este modo, se observó que la similitud con el protagonista se asociaba a una mayor identificación con el mismo ($B = 0.33$, $p < .010$) lo que, a su vez, se asociaba a una mayor intención de conducta (mayor deseo de interactuar con un inmigrante marroquí en el futuro) ($B = .91$, $p < .001$). La Tabla 5, muestra además, el efecto de las variables control.

Tabla 5. Resultados del análisis de mediación simple
La identificación con el personaje protagonista como variable mediadora del efecto de la Similitud en la Intención de conducta (deseo de interactuar con un inmigrante)
(PROCESS, modelo 4, Hayes, 2013)

Modelo Variable Mediadora = Identificación con el protagonista				
	B	SE	t	p
Constante	4.58	.52	8.68	.000
Similitud	.33	.12	2.62	.010
Sexo	-.00	.12	-.04	.967
Edad	-.06	.02	-2.86	.005
Auto-posicionamiento político	-.07	.02	-2.99	.003
Contacto con inmigrantes marroquíes	.12	.05	2.35	.021
Modelo Variable Dependiente = Intención de conducta				
	B	SE	t	p
Constante	3.36	1.22	2.74	.007
Identificación con el personaje	.91	.18	4.93	.000
Similitud	-.23	.21	-1.05	.295
Sexo	.31	.20	1.52	.131
Edad	-.09	.03	-2.63	.010
Auto-posicionamiento político	-.03	.04	-.82	.411
Contacto con inmigrantes marroquíes	.14	.08	1.58	.117
Efecto Total				
	B	SE	t	p
Constante	7.57	.99	7.59	.000
Similitud	.07	.23	.30	.758
Sexo	.31	.23	1.31	.190
Edad	-.15	.04	-3.82	.000
Auto-posicionamiento político	-.10	.04	-2.21	.029
Contacto con inmigrantes marroquíes	.25	.09	2.58	.011
Efecto Indirecto				
	B	SE	Boot 95% CI	
Similitud → Identificación → Intención conducta	.30	.12	[.09, .59]	

Fuente: Elaboración propia

En virtud de estos resultados se puede afirmar que efectivamente existía un efecto indirecto estadísticamente significativo de la variable independiente (similitud en términos de identidad social), sobre las variables dependientes (actitudes hacia la inmigración, opiniones hacia la inmigración e intención de conducta).

Es decir, que la narración diseñada para provocar una alta similitud del personaje protagonista con la audiencia autóctona inducía mejores actitudes y opiniones hacia la

inmigración, así como un mayor deseo de interactuar con inmigrantes marroquíes, y que dicho efecto se explicaba por la identificación con el personaje protagonista que actuaba como mecanismo o variable mediadora. Por todo ello, la Hipótesis 3 queda confirmada.

6. CONCLUSIONES Y DISCUSIÓN

El presente estudio parte desde la perspectiva teórica de la investigación sobre las técnicas de reducción del prejuicio, concretamente de la hipótesis del contacto intergrupar mediático, y de la investigación sobre persuasión narrativa y el papel mediador que en ella juega la identificación con los personajes.

Esta investigación experimental consistió en el diseño de una narración en la que un inmigrante de origen marroquí relataba su experiencia migratoria. En dicha narración se manipuló la similitud con el protagonista en términos de identidad social (tanto a través del texto como de la fotografía que acompañaba la narración) dando lugar a dos condiciones (alta y baja similitud).

El principal objetivo de la presente investigación era avanzar en el estudio de aquellos factores que pudieran aumentar la identificación con el personaje protagonista, e indirectamente, producir cambios en las actitudes hacia la inmigración. En este sentido, los resultados obtenidos confirman dos de las tres hipótesis inicialmente postuladas.

En lo referente a la Hipótesis 1, se pretendía comprobar si la similitud del protagonista en términos de identidad social con la audiencia autóctona, inducía diferencias significativas en la identificación con dicho personaje. Los resultados obtenidos muestran que la similitud en términos de identidad social genera mayor identificación con el personaje, por lo que la Hipótesis 1 se confirma. En este sentido, se observó que los participantes que leyeron la narración en la que el protagonista presentaba una mayor similitud con ellos (con la idea de generar la sensación de compartir una identidad social común), se identificaban más con dicho personaje, que los participantes que leyeron la narración en la que el protagonista no era similar a ellos. Estos resultados coinciden con estudios previos (Cohen, 2001; Green, 2006; Hoeken, 2016), en los que se constató que la similitud con el personaje aumenta la identificación con éste (si bien en dichos trabajos los protagonistas de las narraciones no pertenecían a grupos estigmatizados como si sucedía en el presente estudio), lo que resulta de gran interés de cara al diseño de campañas anti-racismo teniendo en cuenta la evidencia empírica sobre la dificultad de provocar identificación con personajes estigmatizados (Chung y Slater, 2013; Igartua y Marcos, 2015).

En cuanto a la Hipótesis 2, se pretendía comprobar si la similitud del protagonista en términos de identidad social con la audiencia autóctona influiría en las opiniones hacia la

inmigración, las actitudes hacia la inmigración y la intención de conducta (intención de interacción con un inmigrante marroquí). Los resultados obtenidos muestran que la similitud no influye de manera directa y de forma estadísticamente significativa en las actitudes, opiniones o intención de conducta, por lo que la Hipótesis 2 no se confirma. En este sentido, los participantes que leyeron la narración en la que el protagonista presentaba una mayor similitud con ellos (en términos de identidad social), no presentaron un impacto actitudinal significativamente mayor (no mostraron mejores creencias ni actitudes hacia la inmigración, así como tampoco un mayor deseo de interacción con un inmigrante marroquí), que los participantes que leyeron la narración en la que el protagonista no era similar a ellos.

Sin embargo, se observó que cuanto mayor era el nivel de contacto con inmigrantes marroquíes, mejores eran las actitudes y opiniones hacia la inmigración, y mayor era la intención de contacto con un inmigrante marroquí, lo que coincide con la Teoría del Contacto (Allport, 1954), que postula que la estrategia más eficaz para reducir el prejuicio es facilitar el contacto directo entre miembros del endogrupo (españoles en este caso) y del exogrupo (inmigrantes). Así mismo, cabe destacar que los participantes posicionados políticamente más a la izquierda presentaban mejores actitudes y opiniones hacia la inmigración, y mayor intención de interactuar con un inmigrante marroquí, lo que es congruente con los estudios previos (por ejemplo, Cea D'Ancona, 2004).

El hecho de que la similitud con el protagonista no sea un factor que tenga un efecto directo en el cambio de actitudes y creencias hacia la inmigración, no significa que no pueda ser un mecanismo que aumente el impacto narrativo de manera indirecta, a través de ciertos mecanismos mediadores como la identificación con los personajes, tal como sugiere la investigación sobre persuasión narrativa (Cohen, 2001; De Graaf et al., 2012; Igartua y Barrios, 2012; Igartua y Vega, 2016; Moyer-Gusé, 2008)

En este sentido, a través de la Hipótesis 3, se pretendía analizar el papel de la identificación con el personaje protagonista como variable mediadora del efecto de la similitud en términos de identidad social sobre las opiniones hacia la inmigración, las actitudes hacia la inmigración y la intención de conducta (intención de interacción con un inmigrante marroquí). Los resultados demostraron que efectivamente existe un efecto indirecto estadísticamente significativo de la similitud con el protagonista tanto en las creencias y actitudes hacia la inmigración, como en la intención de conducta, y que este efecto es mediado por la identificación con el personaje protagonista. Es decir, que la similitud con

el protagonista de una narración en primera persona, que buscaba reducir el rechazo hacia los inmigrantes marroquíes, aumenta la identificación con éste, y ello produce una mejora en las actitudes y las opiniones hacia la inmigración, así como una mayor intención de contacto con un inmigrante marroquí, por lo que la Hipótesis 3 se confirma.

Estos resultados son contradictorios con los obtenidos en un estudio en el ámbito de la salud (De Graaf, 2014), en el que se demostró que la identificación no actuaba como variable mediadora en el efecto de la similitud en las actitudes y creencias respecto al tema de la narración.

No obstante, y como señala el propio autor, dicho estudio contó con algunas limitaciones, una de ellas es que la identificación no fue medida con una escala formalmente validada como hubiera sido deseable. Por el contrario, en el presente Trabajo fin de Máster, para medir la identificación se ha utilizado una escala cuya fiabilidad y validez estructural ha sido contrastada en un estudio previo (Igartua y Barrios, 2012).

Por otra parte, los resultados obtenidos en el presente estudio respecto a la Hipótesis 3, coinciden con la investigación realizada por De Graaf et al. (2012), en la que se demostró que la identificación con el personaje protagonista mediaba en los efectos de la perspectiva desde la que se cuenta la historia en las actitudes respecto al tema de la narración.

En resumen, esta investigación pone de relieve la importancia de estudiar el papel que desarrollan los distintos elementos narrativos en el impacto actitudinal, ya que muchas veces éstos, no tienen un efecto directo en las actitudes sino que actúan a través de diferentes mecanismos subyacentes. Identificar estos mecanismos, nos permite explicar cómo se produce un determinado efecto, y esta tarea es esencial en el ámbito científico ya que permite construir teorías y posibilita la predicción (Igartua, 2006).

En este sentido, se constata que la similitud (en términos de identidad social) es un factor que incrementa la identificación y, de forma indirecta, potencia el impacto actitudinal de la narración (en este caso una narración diseñada para reducir el prejuicio hacia inmigrantes estigmatizados). Una evidencia empírica que puede resultar muy útil para profesores, responsables políticos y profesionales del ámbito de la comunicación, de cara al desarrollo de intervenciones para reducir el prejuicio más eficaces.

El presente estudio, ha permitido vincular dos líneas de investigación como son la persuasión narrativa y las estrategias psico-sociales para reducir el prejuicio, independientes

hasta el momento, lo que permite seguir indagando en los procesos implicados en la persuasión narrativa desde una perspectiva transversal.

Así mismo, pone de relieve que, si bien el efecto del contacto intergrupar mediático puede no ser tan potente como el del contacto directo, ya que se ha demostrado la gran efectividad que este tipo de experiencias tiene en la reducción del prejuicio (Pettigrew y Tropp, 2006), es una técnica que tiene un gran potencial ya que mejora las opiniones y las actitudes hacia la inmigración, aumenta la intención de contacto intergrupar y resulta muy interesante de cara a emplear en una fase preliminar a una experiencia de contacto directo o en contextos donde el contacto directo no sea posible.

Es importante destacar que el impacto actitudinal del contacto intergrupar mediático puede desaparecer de forma relativamente rápida, por esta razón, sería interesante que en investigaciones futuras se analizaran los efectos a medio y largo plazo de este tipo de intervenciones. Así mismo, sería conveniente constatar la eficacia de esta técnica con otros grupos estigmatizados como pudieran ser víctimas de violencia de género, discapacitados, personas mayores etc.

7. REFERENCIAS

- Allport, G. (1954). *The nature of prejudice*. Reading, MA: Perseus Book Publishing.
- Calvert, S. L., Murray, K. J., & Conger, E. E. (2004). Heroic DVD portrayals: What US and Taiwanese adolescents admire and understand. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 25(6), 699-716.
- Calvert, S. L., Strouse, G. A., & Murray, K. J. (2006). Empathy for adolescents' role model selection and learning of DVD content. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 27(5), 444-455.
- Cea D'Ancona, M. A. (2004). *La activación de la xenofobia en España. ¿Qué miden las encuestas?* Madrid: CIS-Siglo XXI.
- Cea D'Ancona, M. A. y Valles, M. S. (2011). *Evolución del racismo y la xenofobia en España. Informe 2011*. Madrid: Ministerio de Trabajo e Inmigración-OBERAXE.
- Chory-Assad, R. M., y Cicchirillo, V. (2005). Empathy and affective orientation as predictors of identification with television characters. *Communication Research Reports*, 22(2), 151-156. doi: 10.1080/00036810500130786
- Chung, A. H., & Slater, M. D. (2013). Reducing stigma and out-group distinctions through perspective-taking in narratives. *Journal of Communication*, 63(5), 894-911.
- CIS, (2014). *Actitudes hacia la inmigración* (Estudio nº 3019). Fecha consulta: 25/02/2016. Recuperado de: http://www.cis.es/cis/export/sites/default/Archivos/Marginales/3000_3019/3019/es3019mar.pdf.
- Cohen, J. (2001). Defining identification: A theoretical look at the identification of audiences with media characters. *Mass Communication & Society*, 4(3), 245-264.
- Cohen, J. (2006). Audience identification with media characters. *Psychology of entertainment*, 13, 183-197.
- Comisión Europea - Representación en España - Sobre la UE - Eurobarómetro. (2016). Ec.europa.eu. Fecha consulta: 26/04/2016. Recuperado de: http://ec.europa.eu/spain/sobre-la-ue/euro-barometro/index_es.htm
- Crisp, R. J., y Turner, R. N. (2009). Can imagined interactions produce positive perceptions? Reducing prejudice through simulated social contact. *American Psychologist*, 64(4), 231-240.
- De Graaf, A. (2014). The effectiveness of adaptation of the protagonist in narrative impact: similarity influences health beliefs through self-referencing. *Human Communication Research*, 40(1), 73-90.
- De Graaf, A., Hoeken, H., Sanders, J., & Beentjes, J.W. J. (2012). Identification as a mechanism of narrative persuasion. *Communication Research*, 39, 802-823. doi: 10.1177/0093650211408594.

- Dixon, T. L. (2000). A social cognitive approach to studying racial stereotyping in the mass media. *African American Research Perspectives*, 6(1), 60-68.
- Eno, C. A., & Ewoldsen, D. R. (2010). The influence of explicitly and implicitly measured prejudice on interpretations of and reactions to black film. *Media Psychology*, 13(1), 1-30.
- Frias-Navarro, D., Monterde i Bort, H., & Peris García, F. (2009). *La medida del prejuicio manifiesto y sutil*. Comunicación presentada en el X Congreso Virtual de Psiquiatría Interpsiquis (pp. 1-9). Palmanova, España.
- Gaertner, S. L. y Dovidio, J. F. (1986). The aversive form of racism. En J. F. Dovidio y S. L. Gaertner (Eds.), *Prejudice, discrimination and racism* (pp. 61-89). San Diego: Academic Press.
- Green, M. C. (2004). Transportation into narrative worlds: The role of prior knowledge and perceived realism. *Discourse Processes*, 38, 247–266.
- Green, M. C. (2006). Narratives and cancer communication. *Journal of Communication*, 56(s1), S163-S183.
- Green, M. C., & Brock, T. C. (2000). The role of transportation in the pervasiveness of public narratives. *Journal of Personality and Social Psychology*, 79, 701–721.
- Harwood, J., & Roy, A. (2005). Social identity theory and mass communication research. J. Harwood & H. Giles (Eds.), *Intergroup communication*. (pp. 189–211) New York: Peter Lang.
- Hayes, A. F. (2009). Beyond Baron and Kenny: Statistical mediation analysis in the new millennium. *Communication monographs*, 76(4), 408-420.
- Hayes, A. F. (2013). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach*. Nueva York, NY: Guilford Press.
- Hoeken, H., Kolthoff, M., & Sanders, J. (2016). Story perspective and character similarity as drivers of identification and narrative persuasión. *Human Communication Research*.
- Husnu, S., & Crisp, R. J. (2010). Elaboration enhances the imagined contact effect. *Journal of Experimental Social Psychology*, 46(6), 943-950.
- Igartua, J. J. (2006). *Métodos cuantitativos de investigación en comunicación*. Barcelona: Bosch.
- Igartua, J. J. (2007). *Persuasión narrativa. El papel de la identificación con los personajes a través de las culturas*. Alicante: Editorial Club Universitario.
- Igartua, J. J. (2010). Identification with characters and narrative persuasion through fictional feature films. *Communications*, 35(4), 347-373.

Igartua, J. J. (2011). Comunicación mediática, educación para la paz y persuasión narrativa. En D. Páez, C. Martín Beristain, J. L. González-Castro, N. Basabe y J. de Rivera (Eds.), *Superando la violencia colectiva y construyendo cultura de paz* (pp. 631-668). Madrid: Fundamentos

Igartua, J. J. (2015). Medios de comunicación e inmigración. Del análisis de la representación al estudio sobre el impacto prosocial de la narración cinematográfica. En F. J. García Castaño, A. Megías Megías & J. Ortega Torres (Eds.), *Migraciones internacionales en España. Resúmenes de ponencias y comunicaciones* (pp. 215-216). Granada: Instituto de Migraciones, Universidad de Granada.

Igartua, J. J. y Barrios, I. M. (2012). Changing real-world beliefs with controversial movies. Processes and mechanisms of narrative persuasion. *Journal of Communication*, 62(3), 514-531.

Igartua, J. J., & Cheng, L. (2009). Moderating effect of group cue while processing news on immigration: Is the framing effect a heuristic process? *Journal of Communication*, 59(4), 726-749.

Igartua, J. J., y Marcos, M. (2015). Influence of character type and narrative setting on character design for fictional television series. *Communication & Society*, 28(1), 63-77.

Igartua, J. J., Piñeiro, V. y Marcos, M. (2012). La construcción de la imagen del inmigrante en la ficción televisiva de prime time. En M. de Moragas y J. Farré (Eds.), *Comunicación y riesgo. Actas del III congreso internacional de la AE-IC* [CD-ROM]. Tarragona: AE-IC, Universidad Rovira i Virgili.

Igartua, J. J., & Vega Casanova, J. (2016). Identification with characters, elaboration, and counterarguing in entertainment-education interventions through audiovisual fiction. *Journal of Health Communication*, 21(3), 293-300

Kaufman, G. F., y Libby, L. K. (2012). Changing beliefs and behavior through experience-taking. *Journal of Personality and Social Psychology*, 103(1), 1-19.

Kreuter, M. W., Green, M. C., Cappella, J. N., Slater, M. D., Wise, M. E., Storey, D. & Hinyard, L. J. (2007). Narrative communication in cancer prevention and control: a framework to guide research and application. *Annals of Behavioral Medicine*, 33(3), 221-235.

Marcos, M. (2014). *La imagen de los inmigrantes en la ficción televisiva de prime time. Análisis y recomendaciones para los profesionales*. Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca.

McConahay, J. B., Hardee, B. B. y Batts, V. (1981). Has racism declined in America? It depends upon who is asking and what is asked. *Journal of Conflict Resolution*, 25, 563-579.

MINECO, (2012). *Posición española sobre “Horizonte 2020”*. Fecha consulta: 23/03/2016. Recuperado de: http://www.idi.mineco.gob.es/stfls/MICINN/Investigacion/FICHEROS/Internacional/Posicion_espanola_Horizonte_2020.pdf

Ministerio del Interior, (2016). *Informe 2015 sobre incidentes relacionados con los delitos de odio en España*. Fecha consulta: 25/04/2016. Recuperado de: <http://www.interior.gob.es/documents/10180/3066430/Informe+Delitos+de+Odio+2015.pdf>

Molero, F. (2007b). *Prejuicio y estigma: efectos y posibles soluciones*. En J. F. Morales, M. C. Moya, E. Gaviria e I. Cuadrado (Coords.), *Psicología social* (pp. 619-640). Madrid: McGraw-Hill (3ª edición).

Mortimer, C. (2016). *Far-right groups make huge gains in local German elections*. The Independent. Fecha consulta: 26/04/2016. Recuperado de: <http://www.independent.co.uk/news/world/europe/germany-local-elections-far-right-groups-merkel-afd-npd-huge-gains-a6917246.html>

Moyer-Gusé, E. (2008). Toward a theory of entertainment persuasion: Explaining the persuasive effects of entertainment-education messages. *Communication Theory*, 18(3), 407-425.

Müller, F. (2009). Entertaining anti-racism. Multicultural television drama, identification and perceptions of ethnic threat. *Communications*, 34(3), 239-256.

Nan, X., Dahlstrom, M. F., Richards, A., y Rangarajan, S. (2015). Influence of evidence type and narrative type on HPV risk perception and intention to obtain the HPV vaccine. *Health Communication*, 30(3), 301-308.

Ortiz, M., & Harwood, J. (2007). A social cognitive theory approach to the effects of mediated intergroup contact on intergroup attitudes. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 51(4), 615-631.

Páez, D., Bobowik, M., Carrera, P. y Bosco, S. (2012). Anexo al capítulo 4. Evaluación de la afectividad durante diferentes episodios emocionales. En D. Páez, C. Martín Beristain, J. L. González-Castro, N. Basabe y J. de Rivera (Eds.), *Superando la violencia colectiva y construyendo cultura de paz* (pp. 151-161). Madrid: Fundamentos.

Park, S. Y. (2012). Mediated intergroup contact: concept explication, synthesis, and application. *Mass Communication and Society*, 15(1), 136-159.

Pettigrew, T. F., & Meertens, R. W. (1995). Subtle and blatant prejudice in Western Europe. *European Journal of Social Psychology*, 25(1), 57-75.

Pettigrew, T. F., y Tropp, L. R. (2006). A meta-analytic test of intergroup contact theory. *Journal of Personality and Social Psychology*, 90(5), 751-783.

Pettigrew, T. F., y Tropp, L. R. (2008). How does intergroup contact reduce prejudice? Meta-analytic tests of three mediators. *European Journal of Social Psychology*, 38, 922-934.

Pettigrew, T. F., Christ, O., Wagner, U., & Stellmacher, J. (2007). Direct and indirect intergroup contact effects on prejudice: A normative interpretation. *International Journal of Intercultural Relations*, 31(4), 411-425.

Schiappa, E., Gregg, P. B., & Hewes, D. E. (2005). The parasocial contact hypothesis. *Communication Monographs*, 72(1), 92-115.

Slater, M. D., & Rouner, D. (2002). Entertainment—education and elaboration likelihood: Understanding the processing of narrative persuasion. *Communication Theory*, 12(2), 173-191.

Tajfel, H. (1982). *Social identity and intergroup relations*. Cambridge: Cambridge University Press.

Trepte, S. (2006). Social identity theory. En J. Bryant & P. Vorderer (Eds.), *Psychology of Entertainment* (pp. 255-271). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

Tal-Or, N., y Cohen, J. (2010). Understanding audience involvement: conceptualizing and manipulating identification and transportation. *Poetics*, 38(4), 402-418.

Turner, R. N., y Crisp, R. J. (2010). Imagining intergroup contact reduces implicit prejudice. *British Journal of Social Psychology*, 49(1), 129-142.

Wojcieszak, M., & Kim, N. (2015). How to improve attitudes toward disliked groups. The effects of narrative versus numerical evidence on political persuasion. *Communication Research*, 0093650215618480.

Wright, S. C., Aron, A., McLaughlin-Volpe, T., y Ropp, S. A. (1997). The extended contact effect: knowledge of cross-group friendships and prejudice. *Journal of Personality and Social Psychology*, 73(1), 73-90.

8. ANEXOS

ANEXO 1: Portada cuestionario

Nº cuestionario: _____

Estudio sobre la información sobre asuntos sociales

Este estudio por encuesta se lleva a cabo por investigadores del Observatorio de los Contenidos Audiovisuales la Universidad de Salamanca. Estamos interesados en lo que la gente piensa sobre ciertos temas socio-políticos y en conocer **cómo la gente reacciona ante la información sobre asuntos sociales** que suele aparecer en los medios de comunicación. Por eso nos interesa tú opinión personal y sincera.

Toda la información que recopilamos con esta encuesta es confidencial y anónima, y no habrá forma de identificar tus respuestas individuales en el archivo de datos en el que se integrarán los datos de la encuesta. Además, te aseguramos que los datos que arroje la encuesta sólo serán utilizados con fines científicos.

A continuación encontrarás una **breve narración en primera persona**. Te rogamos que leas con atención dicho relato y luego respondas a una serie de preguntas sobre el mismo. Ten en cuenta que no existen respuestas correctas o incorrectas así que, por favor, responde las preguntas honestamente según tus propios criterios de valoración.

¡Gracias por tu participación!

ANEXO 2: Narración Alta Similitud



Me llamo Saïd, soy de Marruecos, llevo 10 años viviendo en España y sobre todo me siento español. Te voy a contar mi historia.

Porque las condiciones de trabajo en mi país no eran muy buenas, vine a España para trabajar y así lograr un futuro mejor para mi familia. Trabajé muchos años en la construcción como peón, más tarde como camarero en un restaurante y, en estos momentos, tengo un pequeño negocio en el que trabajan tres empleados. Todos son españoles, por cierto. Me gusta cómo trabajan los españoles, son muy trabajadores, creo que lo son más que los marroquíes.

En estos diez años pude traer a mi familia, mi mujer y dos hijos. Me siento bien viviendo en España y mis amigos son sobre todo españoles. Disfruto mucho en compañía de mis amigos españoles y con ellos me reúno algunos fines de semana y así aprovecho para comer paella, mi comida favorita. Con mis hijos, en casa, casi siempre hablo en español y ellos también tienen más amigos españoles que marroquíes. Además, creo que hablo muy bien el español y casi siempre leo los periódicos españoles. En definitiva, me siento español.

A pesar de llevar tanto tiempo viviendo en España, a veces me he sentido rechazado. Recuerdo varias anécdotas, pero hay dos cosas en particular que me provocan tristeza. En primer lugar, he tenido que escuchar muchas, muchas veces que “los inmigrantes quitan el trabajo a los españoles”. Y no es cierto, ya que cuando yo llegué, los españoles no querían trabajar en la construcción. Además, cuando trabajaba como peón siempre fui explotado por mis jefes. Y, si protestaba, me contestaban que esas eran las condiciones (jornadas de hasta 12 horas), y si no me gustaba ya sabía dónde estaba la puerta... Pienso que los españoles deberían saber que muchos inmigrantes son explotados. Y el Gobierno español debería vigilar y perseguir este tipo de explotación.

Por otro lado, muchos españoles dicen que los inmigrantes somos delincuentes. He notado muchas veces que, en el metro, la gente se aparta o se aleja de mí si escuchan mi acento, como si pensarán que les voy a robar. No entiendo por qué se da este rechazo hacia los inmigrantes. En mi opinión, se debería recordar a través de campañas de información que los inmigrantes son iguales que los españoles en muchos sentidos. También se debería insistir en esta idea en las escuelas para que los niños aprendan a ser más tolerantes con los inmigrantes.

Sí, nací en otro país. Pero aquí pago mis impuestos y trabajo duramente para mantener a mi familia y darles lo mejor, como cualquier padre español desea para sus hijos. De todos modos, mi decisión de emigrar a España fue positiva para mí, para mi familia y también pienso que estoy aportando algo positivo a España, donde vivo y quiero seguir viviendo. A pesar de ser marroquí, me identifico mucho con la cultura española, con su gastronomía o los colores de su bandera. Por eso me gustaría que mis hijos se criaran en España.

ANEXO 3: Narración Baja Similitud



Me llamo Saïd, soy de Marruecos, llevo 10 años viviendo en España aunque sobre todo me siento marroquí. Te voy a contar mi historia.

Porque las condiciones de trabajo en mi país no eran muy buenas, vine a España para trabajar y así lograr un futuro mejor para mi familia. Trabajé muchos años en la construcción como peón, más tarde como camarero en un restaurante y, en estos momentos, tengo un pequeño negocio en el que trabajan tres empleados. Todos de son marroquíes, por cierto. Me gusta cómo trabajan los marroquíes, son muy trabajadores, creo que lo son más que los españoles.

En estos diez años pude traer a mi familia, mi mujer y dos hijos. Me siento bien viviendo en España, aunque mis amigos son sobre todo marroquíes. Disfruto mucho en compañía de mis amigos marroquíes y con ellos me reúno algunos fines de semana y así aprovecho para comer cuscús, un plato típico de Marruecos y que es mi comida favorita. Con mis hijos, en casa, casi siempre hablo en árabe y ellos también tienen más amigos marroquíes que españoles. Además, creo que hablo muy mal el español y casi siempre leo los periódicos marroquíes. En definitiva, me siento marroquí.

A pesar de llevar tanto tiempo viviendo en España, a veces me he sentido rechazado. Recuerdo varias anécdotas, pero hay dos cosas en particular que me provocan tristeza y malestar. En primer lugar, he tenido que escuchar muchas, muchas veces que “los inmigrantes quitan el trabajo a los españoles”. Y no es cierto, ya que cuando yo llegué, los españoles no querían trabajar en la construcción. Además, cuando trabajaba como peón siempre fui explotado por mis jefes. Y, si protestaba, me contestaban que esas eran las condiciones (jornadas de hasta 12 horas), y si no me gustaba ya sabía dónde estaba la puerta... Pienso que los españoles deberían saber que muchos inmigrantes son explotados. Y el Gobierno español debería vigilar y perseguir este tipo de explotación.

Por otro lado, muchos españoles dicen que los inmigrantes somos delincuentes. He notado muchas veces que, en el metro, la gente se aparta o se aleja de mí si escuchan mi acento, como si pensarán que les voy a robar. No entiendo por qué se da este rechazo hacia los inmigrantes. En mi opinión, se debería recordar a través de campañas de información que los inmigrantes son iguales que los españoles en muchos sentidos. También se debería insistir en esta idea en las escuelas para que los niños aprendan a ser más tolerantes con los inmigrantes.

Sí, nací en otro país. Pero aquí pago mis impuestos y trabajo duramente para mantener a mi familia y darles lo mejor, como cualquier padre marroquí desea para sus hijos. De todos modos, mi decisión de emigrar España fue positiva para mí, para mi familia y también pienso que estoy aportando algo positivo a España, aunque me gustaría volver a mi país algún día. A pesar de vivir tantos años en España, me identifico mucho con la cultura marroquí, con su gastronomía o los colores de su bandera. Por eso me gustaría que mis hijos se criaran en Marruecos.

ANEXO 4: Cuestionario

1.- Por favor, piensa en el relato que acabas de leer. Teniendo en cuenta lo que has leído sobre el **protagonista de la historia** (*Saïd*)...

¿En qué medida consideras que tú tienes algunas cosas en común con Saïd?

Nada	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Mucho
-------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	--------------

¿Cuánto crees que te pareces a Saïd?

Nada	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Mucho
-------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	--------------

2.- La historia que acabas de leer cuenta **la experiencia personal de Saïd** desde que llegó al España. Por favor, indica en qué medida has experimentado lo siguiente durante la lectura de la historia de *Saïd*.

	Nada	Poco	Algo	Bastante	Mucho
• Me he sentido implicado afectivamente con los sentimientos de Saïd	1	2	3	4	5
• Me he sentido como “si yo fuera Saïd”	1	2	3	4	5
• He imaginado cómo actuaría yo si me encontrara en el lugar de Saïd	1	2	3	4	5
• Me he sentido preocupado por lo que le sucedía a Saïd	1	2	3	4	5
• He comprendido la forma de actuar, pensar o sentir de Saïd	1	2	3	4	5
• Yo mismo he experimentado las reacciones emocionales de Saïd	1	2	3	4	5
• He intentado imaginar los sentimientos, pensamientos y reacciones de Saïd	1	2	3	4	5
• He tenido la impresión de vivir realmente yo mismo la historia de Saïd	1	2	3	4	5
• He entendido los sentimientos o emociones de Saïd	1	2	3	4	5
• He intentado ver las cosas desde el punto de vista de Saïd	1	2	3	4	5
• Me he identificado con Saïd	1	2	3	4	5

3.- ¿En qué medida has sentido las siguientes **emociones durante la lectura de la narración**?

	Nada						Mucho	
• Rabia, ira	1	2	3	4	5	6	7	
• Temor, miedo	1	2	3	4	5	6	7	
• Entusiasmo	1	2	3	4	5	6	7	
• Esperanza, optimismo	1	2	3	4	5	6	7	
• Felicidad, alegría	1	2	3	4	5	6	7	
• Tristeza	1	2	3	4	5	6	7	

4.- Ahora nos gustaría conocer **cómo has reaccionado hacia la historia o narración en su conjunto**. Indica en cada caso tu grado de acuerdo con cada una de las siguientes afirmaciones (desde 1= nada, hasta 7 = mucho)

	Nada						Mucho	
• Mientras leía el relato, pude imaginar fácilmente la situación en la que se encontraba su protagonista	1	2	3	4	5	6	7	
• Me sentí muy involucrado o implicado durante la lectura del relato	1	2	3	4	5	6	7	
• Después de terminar la lectura, sentía que quería saber más cosas acerca de la situación de personas como el protagonista de la narración	1	2	3	4	5	6	7	
• La narración me ha afectado emocionalmente	1	2	3	4	5	6	7	
• En ocasiones, me costó mucho comprender lo que se describía en el relato	1	2	3	4	5	6	7	
• Mientras leía el relato estaba pensando en otras cosas	1	2	3	4	5	6	7	
• Durante la lectura, me resultaba difícil mantener la atención en la narración	1	2	3	4	5	6	7	
• Sentí malestar al pensar en la situación de personas como el protagonista del relato	1	2	3	4	5	6	7	

6.- Por favor, indica en qué medida estás de acuerdo o en desacuerdo con las siguientes afirmaciones relacionadas con las **similitudes entre la historia narrada por Saïd y las situaciones que tú piensas que un inmigrante marroquí puede encontrar en su vida cotidiana en España**.

	Muy en desacuerdo					Muy de acuerdo		
• En la narración se describían situaciones que podrían suceder en la vida real	1	2	3	4	5	6	7	
• Lo que le sucede Saïd es lo que suele pasar a los inmigrantes en el mundo real en España	1	2	3	4	5	6	7	
• El testimonio de Saïd era realista	1	2	3	4	5	6	7	
• La historia contada por Saïd tenía sentido	1	2	3	4	5	6	7	

7.- Ahora te planteamos algunas preguntas acerca de tus **opiniones generales sobre la inmigración**. Por favor, recuerda que no hay respuestas correctas o incorrectas, simplemente estamos interesados en tu opinión honesta.

¿En qué medida estás **a favor o en contra de la inmigración?**

Estoy totalmente en contra	Estoy bastante en contra	Estoy algo en contra	No estoy a favor, ni en contra	Estoy algo a favor	Estoy bastante a favor	Estoy totalmente a favor
1	2	3	4	5	6	7

¿En qué medida estás a favor o en contra de **que el Gobierno español financie campañas de información sobre los inmigrantes** (por ejemplo, contra el racismo)?

Estoy totalmente en contra	Estoy bastante en contra	Estoy algo en contra	No estoy a favor, ni en contra	Estoy algo a favor	Estoy bastante a favor	Estoy totalmente a favor
1	2	3	4	5	6	7

¿En qué medida estás a favor o en contra de **que el Gobierno fortalezca las leyes para impedir la explotación de los inmigrantes** en los lugares de trabajo en España?

Estoy totalmente en contra	Estoy bastante en contra	Estoy algo en contra	No estoy a favor, ni en contra	Estoy algo a favor	Estoy bastante a favor	Estoy totalmente a favor
1	2	3	4	5	6	7

Como sabes, todos los países desarrollados reciben inmigrantes. ¿Crees que, en términos generales, **la inmigración es más bien positiva o más bien negativa para España?**

Muy negativa	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Muy positiva
--------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	--------------

8.- Pensando en la próxima vez que te encuentres en una **situación** en donde **podrías interactuar con un inmigrante marroquí** (por ejemplo, haciendo cola en la parada de autobús)...

¿En qué medida estarías **interesado en entablar una conversación** con dicha persona?

Nada interesado	1	2	3	4	5	6	7	Muy interesado
-----------------	---	---	---	---	---	---	---	----------------

¿En qué medida consideras que es importante para ti **aprender más acerca de los inmigrantes marroquíes** y sobre los problemas a los que se enfrentan?

Nada importante	1	2	3	4	5	6	7	Muy importante
-----------------	---	---	---	---	---	---	---	----------------

¿En qué medida estarías interesado en **participar en un grupo de discusión** que incluyera inmigrantes marroquíes y donde la conversación se centrara en los temas del prejuicio y la discriminación?

Nada
interesado

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

Muy
interesado

DATOS SOCIO-DEMOGRÁFICOS:

SEXO: 1. Hombre
2. Mujer

EDAD [*Indica tus años*]: _____

¿Podrías decirnos en qué país has nacido? _____

Cuando se habla de política se utilizan normalmente las expresiones “izquierda” y “derecha”.
Teniendo en cuenta la siguiente escala, ¿qué número representaría mejor tu **posición política**?

Izquierda

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Derecha

Algunas personas tienen contacto con personas muy diversas; otras en cambio solo tienen contacto con personas que son muy similares a ellas mismas. ¿Y tú, cuánto **contacto** tienes en tu vida cotidiana **con inmigrantes procedentes de Marruecos**?

Ningún
contacto

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Mucho
contacto

ANEXO 5: Noticia *El País*

EL PAÍS  

verne

EN PRIMERA PERSONA

Llegué a España en cayuco con 12 años y me acabo de graduar en Magisterio

Ahora mi casa es esta, en Asturias, donde he cumplido mis sueños

 15.913    



ABDOU KARIM - 4 JUN 2016 - 10:11 CEST

El fin de semana pasado me gradué como maestro y tengo que decirlo: estoy muy orgulloso. Llegué aquí en cayuco sin saber nada de España, sin conocer a nadie. Diez años después he hecho una carrera, he jugado en el mejor club del mundo, que para mí es el Sporting de Gijón, tengo amigos y entreno a los prebenjamines de la escuela de Mareo.

Yo nací en Senegal en 1994, en Ziguinchor. Es una ciudad del suroeste del país, a orillas del río Casamanza, cerca de su desembocadura en el Atlántico. Vivíamos allí mi madre, mis hermanos y yo. Mi padre había muerto cuando yo era pequeño.

Mi hermano mayor (yo soy el del medio y nos llevamos cuatro años) consiguió el dinero suficiente para pagarse un viaje en cayuco e intentar llegar a las Islas Canarias. Se fue a los 16 y después de siete días de travesía, llegó sin problemas.

Yo también tenía sueños, quería estudiar, jugar al fútbol. Y en Senegal no veía cómo cumplirlos. Así que cuando unos meses después un amigo me contó que se había enterado de que un cayuco se estaba preparando para salir y me propuso irme con él, no me lo pensé dos veces.

Con 12 años no tenía dinero para pagar el viaje. Tampoco el permiso de mi madre. Si le preguntaba, sabía que me iba a decir que no. Nos escapamos sin decir nada y nos escondimos como polizones entre los bultos de comida y agua. Cuando ya estábamos en alta mar salimos del escondite.

Se enfadaron muchísimo; casi nos pegan y todo, pero como ya no podían dar la vuelta, no les quedó más remedio que cargar con nosotros. En realidad nos cuidaron muy bien y no faltó ni la comida ni la bebida, pero fue un viaje muy duro. La barca iba a tope y teníamos que recorrer casi 1.800 kilómetros. Debíamos ser 60 o 65, y no podíamos ni mover un pie. Te pasabas el día y la noche sentado, inmóvil.

Después de nueve días y mucha fatiga acumulada, llegamos a Canarias, creo que a Tenerife pero no lo recuerdo muy bien. La primera noche la pasamos en una especie de campamento para recién llegados. Todo seguía balanceándose como si siguiéramos en el mar, pero qué maravilla poder estirar las piernas y dormir tumbado.

No te dejaban llamar nada más llegar, pero como mi amigo y yo éramos los más pequeños, nos permitieron llamar a la nuestras familias. Quería hablar con mi madre, darle noticias mías y tranquilizarla, pero no conseguí hablar con ella.

Después nos llevaron a un centro de acogida para menores. Se llamaba La Esperanza, igual que nuestro equipaje. Allí teníamos más libertad de movimiento y en cuanto pude, salí a llamar a mi madre otra vez. Me decía que estaba loco, que cómo se me había ocurrido, pero a la vez estaba feliz de que estuviese vivo. No trató en ningún momento de convencerme para que volviese. Ella sabía bien que en Senegal no tenía futuro y lo más difícil del viaje, llegar sin morir en el mar, ya lo había hecho.

Mi hermano me llevaba unos meses de ventaja y le habían enviado a un centro en Asturias. Yo ya había empezado a hacer mi vida en el de Tegueste, también en Tenerife, y cuando me llamó para que me fuese con él la idea no me hizo ninguna gracia.

Llegué a Gijón disgustado, la verdad. Yo ya estaba estudiando y entrenando en un equipo de fútbol y de repente me sacaban de aquel conato de normalidad que había conseguido. En Canarias aún había una vegetación y una clima más o menos parecido al mío, pero Asturias no tenía nada que ver.

Ahora he hecho mío eso de *Asturias patria querida*. La gente aquí es muy buena; nos han ayudado mucho y nunca hemos tenido problemas con nadie. Tengo que dar las gracias a muchísimas personas que me han ayudado desde que llegué.

Al principio no teníamos ni idea del idioma, ni de la cultura. No conocíamos a nadie y todo nos resultaba extraño y diferente. Recuerdo perfectamente mi primer día en el colegio de Las Ursulinas. Estaba tan nervioso que cuando entré en la clase y vi a mis compañeros, me di media vuelta y salí corriendo.

El primer curso me costó muchísimo, pero pasé a segundo. Poco a poco empecé a sentirme como en Senegal, en casa.

Luego llegó la Selectividad, y la aprobé. Siempre me ha gustado el deporte y decidí estudiar Magisterio de Educación Física. Creo que acerté, porque me encanta trabajar con niños y creo que conectamos muy bien. En Mareo aprendo muchísimo con ellos.

En estos diez años mi hermano y yo hemos pasado por muchas cosas. Él se formó como soldador, pero ahora trabaja en el puerto de Avilés.

Lo más difícil de todo es que en este tiempo solo he visto a mi madre una vez, hace cinco años. El otro día le envié fotos de mi graduación. ¡Estaba tan contenta, tan orgullosa! Ve que no he perdido el tiempo, que he trabajado mucho para conseguirlo porque nada se regala en la vida.

Este verano, si todo va bien, espero poder ir a verla por fin. Y algún día, aunque es difícil porque es mucho papeleo, quiero que ella y mi hermano pequeño puedan ver Gijón y conozcan a mis amigos.

También espero poder hacer proyectos en Senegal, montar una escuela de fútbol allí y ayudar a la gente para que no tengan que hacer la misma travesía. Pero tengo claro que de aquí no me quiero ir, que ahora mi casa es esta, en Asturias, donde he cumplido mis sueños. Quiero seguir formándome en todo los ámbitos y también encontrar un trabajo.

Texto redactado por Gloria Rodríguez-Pina a partir de entrevistas con Abdou Karim.

* Para que no te pierdas nada, nosotros te mandamos lo mejor de Verne a tu móvil: ¡únete a nuestro Telegram [telegram.me/verneelpais](https://t.me/verneelpais)!



ARCHIVADO EN:

Cayucos · Migración